

# **ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN PADANG LAWAS**

Oleh:

**YULIA SAHARA LUBIS**

**NIM 28133036**

Program Studi  
**EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
2019**

## **ABSTRAK**

**YULIA SAHARA LUBIS, NIM 28133036, jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Menyusun skripsi dengan judul “ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN PADANG LAWAS” dibawah bimbingan DR. M. Ridwan, MA sebagai Pembimbing I dan Rahmi Syahriza, MA sebagai Pembimbing II.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi produk yang mana yang dapat ditetapkan sebagai produk unggulan dan untuk mengetahui strategi untuk mengembangkan produk unggulan daerah agar dapat mensejahterakan perekonomian di kabupaten tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, cara menentukan potensi produk unggulan yang akan ditetapkan sebagai produk unggulan di Kabupaten Padang Lawas adalah dengan cara menganalisis potensi yang manakah yang memenuhi persyaratan untuk menjadi produk unggulan sesuai dengan keputusan Direktorat Pembangunan Daerah Depdagri Nomor 050.05/2910/III/BANDA tanggal 7 Desember 1999 dan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014. Maka dari itu bubuk kopi dan tenun (paroppa sadun) layak dijadikan sebagai produk unggulan di Kabupaten Padang Lawas. Strategi pengembangan produk unggulan agar dapat mensejahterakan perekonomian di Kabupaten Padang Lawas yaitu dengan menggunakan analisis SWOT yakni dengan mempergunakan strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. hasil dari pada analisis tersebut yaitu mempertahankan citarasa dan kekhasan serta kualitas produk, meningkatkan kemitraan dengan pemerintah maupun pihak ekspedisi, melakukan promosi serta perluasan pemasaran baik melalui media cetak ataupun elektronik, membuat kemasan agar terlihat menarik, dan selalu melakukan inovasi agar sesuai dengan trend dan selera konsumen.

***Kata kunci : Analisis potensi, Strategi Pengembangan, Produk Unggulan***

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi ALLAH SWT yang telah memberikan kita rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi minor ini yang berjudul **“ANALISIS PORTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN PADANG LAWAS”** shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang membuka mata hati kita dalam kegelapan yang penuh dengan rahmaT dan dihiasi ilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun untuk untuk diajukan sebagai salah satu persyaratan guna mamperoleh gelar S.E (Sarjana Ekonomi) pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Program Studi Ekonomi Islam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun daei semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan teriring do'a kepada semua pihak yang telah membantu demi kelancaran penulisan karya tulis ini. Secara khusus penulis sampaikan terimakasih kepada :

1. Kedua orangtua saya yang saya cintai dan banggakan, Ayahanda Sahdan Lubis dan Ibunda Maswarni Matondang atas kasih sayang dan cinta kasihnya, pengorbanan, motivasi dan do'a yang diberikan selama ini.

2. Suami saya yang sangat saya cintai Sahrial Hasibuan S.Pd dan juga anak saya Fariz Sherkan Syah Hasibuan atas cinta, kasih sayang dan semangat yang selalu diberikan selama ini.
3. Bapak prof. Dr. Saidurrahman, MA Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Marliyah, MA Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. M. Ridwan, MA Selaku Pembimbing Skripsi I dan Ibu Rahmi Syahriza, MA yang telah memberikan masukan dan saran selama bimbingan.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultak Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Bapak Raja Yahya Nasution selaku Sekretaris Bappeda Kabupaten Padang Lawas yang selalu membantu penulis dalam pengambilan data.
9. Seluruh staf pegawai Bappeda Kabupaten Padang lawas Provinsi Sumatera Utara, yang telah bekerja sama, membimbing dan memberikan bantuan dan pengetahuan selama pelaksanaan praktek kerja (magang).
10. Terima kasih kepada kakak saya Ainim Maya sari Lubis dan Diona Sahmi Lubis S.Pd serta abang saya Ismail Marzuki Lubis yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada sahabat say Khaira Nisa S.E, Juliati Siregar S.E, dan Adhawiyah S.E yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

12. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan EMS A 2013 yang telah memberikan semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Demikian penulisan skripsi ini. Sekali lagi kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian ini penulis mengucapkan terima kasih. Penulis percaya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

**Medan, 31 Januari 2019**  
**Penulis**

**YULIA SAHARA LUBIS**  
**NIM. 28.13.3.036**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II .....</b>	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Potensi .....	7
B. Strategi .....	8
C. Pengembangan .....	12
D. Produk Unggulan .....	13
E. Penelitian Terdahulu .....	15
<b>BAB III.....</b>	<b>17</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	17
B. Lokasi Penelitian.....	17
C. Sumber Data.....	17
<b>BAB IV .....</b>	<b>24</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
A. Gambara Umum Kabupaten Padang Lawas .....	24
1. Keadaan Geografis.....	24
B. Defenisi dan Kriteria Produk Unggulan Daerah .....	28
1. Defenisi Produk Unggulan Daerah .....	28
2. Kriteria Produk Unggulan Daerah .....	29
C. Produk Unggulan Daerah Kabupaten Padang lawas .....	31
1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan .....	32
2. Industri Olahan.....	41
3. Kesenian, Hiburan dan Rekreasi.....	48
D. Strategi Pengembanga Produk Unggulan Daerah Kabupaten Padang Lawas .....	57
1. Analisis SWOT .....	57

<b>BAB V</b> .....	76
<b>PENUTUP</b> .....	76
E. Kesimpulan .....	76
F. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	78

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 PDRB atas dasar harga konstan Kab. Padang Lawas tahun 2012-2015 .....	2
Tabel 3.1 Matriks SWOT .....	22
Tabel 4.1 Luas wilayah menurut Kecamatan di Kab. Padang Lawas tahun 2015 .....	25
Tabel 4.2 Luas tanaman perkebunan menurut Kecamatan di Kab. Padang Lawas Tahun 2015.....	26
Tabel 4.3 Populasi ternak menurut jenis dan Kecamatan di Kabupaten Padang Lawas tahun 2015 .....	27
Tabel 4.4 Analisis SWOT pada usaha bubuk kopi .....	62
Tabel 4.5 Matriks IFAS usaha bubuk kopi .....	63
Tabel 4.6 Matriks EFAS usaha bubuk kopi .....	64
Tabel 4.7 analisis SWOT pada usaha tenun (paroppa sadu) .....	70
Tabel 4.8 Matriks IFAS usaha tenun.....	71
Tabel 4.9 Matriks EFAs usaha tenun .....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Penen padi gogo .....	33
Gambar 4.2 Manggis .....	34
Gambar 4.3 Karyawan sedang mensortir biji kopi dan menjemur kopi .....	35
Gambar 4.4 Kolam ikan mas.....	36
Gambar 4.5 Proses panen ikan lele .....	37
Gambar 4.6 Proses panen ikan Nila .....	38
Gambar 4.7 Peternakan sapi.....	39
Gambar 4.8 Peternakan kerbau .....	41
Gambar 4.9 Gambar di peternakan kerbau .....	41
Gambar 4.10 Mesin penggilingan kopi.....	43
Gambar 4.11 Bubuk kopi siap untuk dijual .....	44
Gambar 4.12 Paroppa sadun yang selesai diproduksi .....	45
Gambar 4.13 Bahan baku dan barang setengah jadi dari kerajinan rotan .....	46
Gambar 4.14 Bahan baku jamu herbal/gendong .....	47
Gambar 4.15 Foto bersama pedagang jamu herbal .....	47
Gambar 4.16 Kolam pemandian aek milas .....	48
Gambar 4.17 Pancuran alami pemandian alam aek milas.....	49
Gambar 4.18 Pemandian alam siraisan .....	50
Gambar 4.19 Jalan menuju air terjun sipatabung.....	51
Gambar 4.20 Air terjun sipatabung.....	52
Gambar 4.21 Candi sijorang balannga .....	53
Gambar 4.22 Candi sipamutung .....	55
Gambar 4.23 waterboom dofa tampak depan .....	56
Gambar 4.24 waterboom dofa tampak dalam .....	57
Gambar 4.25 kayu bakar yang digunakan sebagai bahan bakar biji kopi .....	59
Gambar 4.26 Tong tempat penyangraian kopi .....	59
Gambar 4.27 Mesin penggilingan kopi.....	60
Gambar 4.28 Proses pengemasan kopi.....	60
Gambar 4.29 Benang sebagai bahan baku yang digunakan untuk tenun .....	67
Gambar 4.30 Proses pemasangan benang pada alat tenun .....	68
Gambar 4.31 Proses penenunan kain .....	68
Gambar 4.32 Hasil produksi tenunan.....	68

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perekonomian suatu negara dipengaruhi oleh perekonomian pada suatu daerah. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 9 Tahun 2014, bahwa potensi ekonomi daerah perlu dikembangkan secara optimal menjadi produk unggulan daerah yang berdaya saing dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi dan kekhasan daerah.<sup>1</sup> Meningkatkan perekonomian pada suatu daerah salah satunya dapat dilakukan dengan membuka usaha kecil maupun menengah, sehingga dapat membantu menyerap tenaga kerja setempat dan nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan bagi keluarganya.

Pertumbuhan perekonomian suatu wilayah dipengaruhi oleh sektor - sektor perekonomian, salah satunya yaitu sektor industri pengolahan. Sektor industri pengolahan merupakan sektor yang paling utama dalam meningkatkan PDB Nasional yaitu mencapai 21% pada tahun 2016. Adanya usaha kecil atau industri sekarang ini merupakan penyumbang terbesar untuk meningkatkan perekonomian suatu wilayah.

Perkembangan daerah melalui potensi daerah yang dimiliki, khususnya melalui industri pengolahan akan meningkatkan perekonomian daerah dan mampu bersaing dengan daerah lainnya. Persaingan perekonomian dapat melalui keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif, sesuai dengan kompetensi dan produk unggulan di setiap daerah terutama pertanian dalam arti luas, kehutanan, pertambangan, serta industri kecil kerajinan rakyat. Oleh karena itu setiap daerah harus mampu memberdayakan potensi daerahnya misalnya seperti produk - produk unggulan yang dimilikinya. Produk merupakan olahan dari komoditas yang ada, sehingga dapat memberikan nilai lebih dari komoditas aslinya.

Kabupaten Padang Lawas merupakan salah satu kabupaten yang memiliki cukup banyak potensi mulai dari kerajinan, pertanian, wisata hingga produk olahan makanan yang perlu dikembangkan sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan

---

<sup>1</sup> Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 9 Tahun 2014

perekonomian masyarakat. Tingkat pertumbuhan ekonomi Kabupaten Padang Lawas didukung adanya sektor ekonomi unggulan yang dapat dijadikan potensi daerah bagi perkembangan daerah tersebut. Hal ini sangat penting karena sektor tersebut dapat memberikan dua sumbangan yakni:

1. Secara langsung menimbulkan kenaikan pada pendapatan faktor produksi daerah dan pendapatan daerah;
2. Menciptakan permintaan atas produksi industrilokal.

Perkembangan sektor perekonomian Kabupaten Padang Lawas dapat dilihat pada tabel berikut:

**PDRB Atas Dasar Harga Konstan Kabupaten Padang Lawas  
Tahun 2012-2016 (Milliar Rupiah)**

Lapangan Usaha <i>Workfield</i>		Tahun <i>Year</i>				
		2012	2013	2014	2015*	2016**
(1)		(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	2 907,65	3 064,06	3 226,55	3 385,35	3 559,84
B	Pertambangan dan Penggalian	20,05	24,15	28,73	31,14	34,16
C	Industri Pengolahan	763,97	807,33	855,67	896,51	952,44
D	Pengadaan Listrik dan Gas	11,73	13,37	15,09	16,55	18,09
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
F	Konstruksi	687,52	758,54	823,80	905,12	992,67
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	379,32	395,48	413,68	428,85	447,41
H	Transportasi dan Pergudangan	67,26	68,90	71,25	75,44	79,58
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	55,89	59,08	61,94	64,41	67,87
J	Informasi dan Komunikasi	33,86	36,20	39,22	42,95	47,20
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	38,79	43,84	48,22	52,87	57,70
L	Real Estate	146,27	157,05	168,29	183,13	200,92
M,N	Jasa Perusahaan	2,68	2,87	3,07	3,30	3,57
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	171,11	178,27	186,00	195,04	197,92
P	Jasa Pendidikan	19,21	21,38	23,89	25,84	27,89
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	25,09	27,40	30,08	33,06	36,30
R,S, T,U	Jasa lainnya	1,62	1,71	1,83	1,98	2,13
<b>Produk Domestik Regional Bruto</b>		<b>5 332,02</b>	<b>5 659,62</b>	<b>5 997,31</b>	<b>6 341,53</b>	<b>6 725,98</b>

Sumber/Source : BPS Kabupaten Padang Lawas / BPS-Statistic of Padang Lawas Regency

\* Angka sementara/Preliminary Figures

\*\* Angka sangat sementara/Very Preliminary Figures

Sektor Industri Pengolahan di Kabupaten Padang Lawas terus mengalami perkembangan dari tahun 2012 hingga tahun 2016. Perkembangan sektor Industri Pengolahan yang ada di Kabupaten Padang Lawas diikuti oleh perkembangan industri kecil maupun menengah yang ada di Kabupaten Padang Lawas. Usaha kecil maupun menengah dilakukan untuk menghasilkan suatu produk yang berkualitas. Pengembangan industri diyakini akan memberikan dampak pada penciptaan kesempatan kerja seluas- luasnya sekaligus menciptakan pemerataan pembangunan daerah. Oleh karena itu pemerintah Kabupaten Padang Lawas terus mengembangkan upaya untuk meningkatkan perekonomian daerah untuk daya saing dengan meningkatkan produk - produk unggulan yang dimilikinya.

Dikutip dari harian Merdeka.com, dalam voting tanggal 18 januari lalu, parlemen Eropa menyetujui proposal Undang-Undang terbaru yang mana di dalamnya termasuk melarang penggunaan minyak sawit untuk biodiesel mulai tahun 2021. Dalam kasus ini tentu saja berdampak pada Indonesia khususnya Kabupaten Padang Lawas sebagai salah satu produsen minyak sawit. Secara tidak langsung berdampak pada para petani dikarenakan mayoritas masyarakat di Kabupaten Padang Lawas adalah petani sawit.

Untuk mengantisipasi masalah tersebut, Pemerintah Kabupaten Padang Lawas memerintahkan untuk mengembangkan industry olahan agar bisa dijadikan produk unggulan daerah yang mana akan dapat menyokong pendapatan atau perekonomian masyarakat disaat nanti sawit sudah tidak ada harganya lagi. Selain meningkatkan perekonomian, pengembangan industry olahan juga dapat menyerap tenaga kerja setempat sehingga persentase pengangguran daerah tersebut menjadi menurun.<sup>2</sup>

Pemerintah Kabupaten Padang Lawas dari tahun 2017 sudah mengeluarkan anggaran untuk mengembangkan produk unggulan, akan tetapi hingga sekarang pihak SKPD belum bisa mengembangkan produk unggulan tersebut dikarenakan belum bisa menentukan komoditi yang mana yang akan ditetapkan sebagai produk

---

<sup>2</sup> Identifikasi Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Tahun 2015 Kabupaten Padang Lawas

unggulan daerahnya. Jenis produk unggulan yang dimaksud antara lain:

1. Sektor Pertanian, terdiri atas:
  - a. Padi gogo
  - b. Padi sawah
  - c. Manggis
  - d. Kopi
  - e. Ikan mas
  - f. Ikan lele
  - g. Ikan nila
  - h. Sapi
  - i. Kerbau
2. Sektor industri pengolahan, terdiri atas:
  - a. Bubuk kopi
  - b. Tenun / Paroppa sadun
  - c. Kerajinan rotan
  - d. Jamu herbal/ gendong
3. Sektor wisata, antara lain:
  - a. Aek milas Paringgonan
  - b. Siraisan
  - c. Air terjun sipatabung
  - d. Candi sijorang balanga
  - e. Candi sipamutung
  - f. Waterboom dofa

Selain dapat mensejahterakan perekonomian masyarakat, PUD (produk unggulan daerah) itu sendiri dapat juga mensejahterakan perekonomian daerah karena dapat menambah PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten Padang Lawas. Juga dapat menjadikan Kabupaten Padang Lawas sebagai daerah yang berdaya saing.

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ; **“ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN PADANG LAWAS”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi rumusan masalahnya adalah:

- a. Bagaimana menentukan potensi produk yang akan ditetapkan sebagai produk unggulan daerah di Kabupaten Padang Lawas?
- b. Bagaimana strategi pengembangan produk unggulan tersebut agar dapat mensejahterakan perekonomian di Kaupaten Padang Lawas?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui potensi produk yang mana yang dapat ditetapkan sebagai produk unggulan.
- b. Untuk mengetahui strategi mengembangkan produk unggulan daerah agar dapat mensejahterakan perekonomian.

### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan ini dibedakan dalam manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu :

- a. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis sebagai berikut :

- 1) Memberikan manfaat akademis dalam bentuk sumbang saran

Untuk perkembangan ilmu pemerintahan pada umumnya dan untuk bidang penetapan produk unggulan daerah dan strategi

pengembangan produk unggulan daerah agar dapat mensejahterakan perekonomian

- 2) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan rujukan bagi peneliti berikutnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Sebagai bahan masukan dan sumbang pemikiran yang diharapkan bermanfaat bagi pemerintah khususnya Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam menangani masalah penetapan produk unggulan daerah dan strategi pengembangan produk unggulan daerah agar dapat mensejahterakan perekonomian
- 2) Bagi penulis agar dapat mengetahui dan memahami secara mendalam tentang produk unggulan daerah.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Potensi**

Potensi adalah suatu kemampuan, kesanggupan, kekuatan ataupun daya yang mempunyai kemungkinan untuk bisa dikembangkan lagi menjadi bentuk yang lebih besar. Menurut Myles Munroe, potensi adalah bentuk sumber daya atau kemampuan yang cukup besar namun kemampuan tersebut belum tersingkap atau belum diaktifkan. Pendek kata, arti potensi adalah kekuatan terpendam yang belum dimanfaatkan, bakat tersembunyi, atau keberhasilan yang belum diraih padahal sejatinya kita mempunyai kekuatan untuk mencapai keberhasilan tersebut.<sup>1</sup>

Merujuk pada kamus besar bahasa Indonesia dan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa pengertian potensi adalah kemampuan atau kekuatan yang belum dikembangkan secara optimal. Istilah potensi tidak hanya ditujukan untuk manusia tetapi juga untuk entitas lain, seperti istilah potensi daerah, potensi wisata, dan lain sebagainya. Kemampuan atau kekuatan yang dimiliki oleh seseorang yang belum dipergunakan secara optimal, baik yang belum ataupun yang sudah terwujud disebut juga dengan potensi diri. Walau demikian potensi yang dimiliki tidak akan ada artinya jika tidak dikembangkan dengan baik dan tepat.. untuk itu sangat penting untuk memahami terlebih dahulu potensi apa yang dimiliki.<sup>2</sup>

Setelah itu baru dapat ditentukan cara paling tepat untuk mengembangkan potensi yang ada. Misalnya suatu daerah yang kondisi tanahnya berkapur sehingga kurang cocok untuk dijadikan lahan pertanian. Hal ini tidak lantas membuat daerah tersebut tidak memiliki potensi sama sekali. Jika ternyata diketahui bahwa daerah tersebut memiliki padang rumput yang luas dan musim hujan yang panjang maka

---

<sup>1</sup> <https://www.indonesiastudents.com/pengertian-potensi-menurut-para-ahli/>

<sup>2</sup> Tim penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, ed.3 cet.3, Jakarta: Balai Pustaka 2005, hal.389



daerah ini berpotensi dijadikan daerah peternakan kuda. Kemudian potensi tersebut dapat dikembangkan sehingga menambah pendapatan bagi masyarakat di daerah tersebut.

Potensi yang sudah dikembangkan dengan baik akan membuahkan prestasi dan keuntungan. Misalnya seseorang yang berpotensi menjadi pembicara jika dibimbing dengan benar akan menjadikan orang tersebut pembicara yang handal. Demikian pula dengan potensi wisata di suatu daerah, jika dikembangkan dengan benar dapat dijadikan sumber pemasukan bagi daerah tersebut serta membuka peluang usaha bagi masyarakat di sekitarnya.

Pengertian potensi daerah adalah segala sesuatu yang terdapat dan dimiliki oleh daerah tertentu baik itu yang berbentuk fisik atau non fisik yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan lagi oleh pemerintah daerah. Sedangkan potensi wilayah adalah kemampuan suatu daerah yang berupa sumber daya yang bisa digunakan, dieksploitasi dan diambil manfaatnya untuk bisa dikembangkan secara lebih lanjut sehingga bisa meningkatkan dan menciptakan kemampuan wilayah yang memadai.

## **B. Strategi**

Untuk dapat mencapai tujuan yang kita inginkan pasti kita membutuhkan cara dan rencana yang tepat. Cara dan rencana tersebut merupakan suatu strategi yang kita gunakan untuk mencapai tujuan kita.

Secara etimologi, strategi berasal dari turunan kata dalam bahasa Yunani yaitu *strategos*, yang berarti komandan militer pada zaman demokrasi Athena. Karena pada awalnya kata ini dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga (misalnya sepakbola dan tenis, catur, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen

strategi, dll.<sup>5</sup>

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti siasat atau rencana dan *strategy* yang berarti ilmu siasat. Menurut istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>6</sup> Strategi adalah bagaimana menggerakkan pasukan ke posisi paling menguntungkan sebelum pertempuran actual dengan musuh.<sup>7</sup>

Sebagaimana dikutip oleh Erly Suandy “*perencanaan Pajak*”. Menurut Jauch and Glueck, strategi merupakan arus keputusan dan tindakan yang mengarah kepada perkembangan suatu strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Strategi ialah rencana yang disatukan, strategi mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Strategi itu menyeluruh, strategi meliputi semua aspek penting perusahaan. Strategi itu terpadu, semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian.<sup>8</sup>

Strategi memiliki hirarki tertentu. Pertama adalah strategi tingkat korporat. Strategi korporat, menggambarkan arah pertumbuhan dan pengelolaan berbagai bidang usaha dalam sebuah organisasi untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa yang dihasilkan. Kedua adalah strategi tingkat unit usaha (bisnis). Strategi unit usaha biasanya menekankan pada usaha peningkatan daya saing organisasi dalam satu industri atau satu segmen industri yang dimasuki organisasi yang bersangkutan. Ketiga strategi tingkat fungsional. Strategi pada tingkat ini menciptakan kerangka kerja bagi untuk manajemen fungsional seperti produksi dan operasi, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, dan penelitian dan inovasi (research and innovation).

---

<sup>5</sup> <http://www.pelajaran.co.id/2017/02/pengertian-strategi-menurut-pendapat-para-ahli-terlengkap.html>

<sup>6</sup> Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. 3 cet. 3, Jakarta: Balai Pustaka 2005, hal.423

<sup>7</sup> M.Suyanto, *marketing strategy Top Brand Indonesia*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007, hal.16

<sup>8</sup> Erly Suandy, *Perencanaan Pajak Edisi 4*, Jakarta: Salemba Empat, 2008, h.2.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.

### **1. Perumusan Strategi**

Perumusan strategi sangat diperlukan setelah mengetahui sesuatu ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.

#### **a) Misi**

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan berdirinya suatu organisasi. Pernyataan misi organisasi yang disusun dengan baik, mengidentifikasi tujuan mendasar dan yang membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain, dan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani.

#### **b) Tujuan**

Tujuan merupakan hasil akhir aktivitas perencanaan. Tujuan merumuskan hal-hal yang akan diselesaikan, dan sebaiknya diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi.

#### **c) Strategi**

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang cara perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan kemampuan bersaing.

#### **d) Kebijakan**

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang

menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan- kebijakan tersebut diinterpretasi dan diimplementasi melalui strategi dan tujuan divisi masing-masing. Divisi-divisi kemudian akan mengembangkan kebijakannya, yang kan menjadi pedoman bagi wilayah fungsional yang diikutinya.<sup>9</sup>

Sebagian besar bisnis dalam mengembangkan strategi terdapat dua tingkat yang berbeda. Kedua tingkat tersebut memberikan kombinasi yang kaya dari berbagai pilihan strategi bagi organisasi.

#### 1. **Strategi Tingkat Bisnis** (*business level strategy*)

Strategi tingkat bisnis adalah serangkaian strategi alternatif yang dipilih organisasi pada saat organisasi tersebut berbisnis dalam suatu industri atau pasar tertentu. Alternatif semacam itu membantu organisasi untuk memfokuskan usaha persaingannya dalam setiap industri atau pasar tertentu.

#### 2. **Strategi Tingkat Korporasi** (*corporate level strategy*)

Strategi tingkat korporasi adalah serangkaian alternatif strategi yang dipilih organisasi pada saat organisasi mengelola operasinya secara simultan di beberapa industri atau di beberapa pasar (mengembangkan suatu strategi yang sifatnya menyeluruh).<sup>10</sup>

Ada beberapa pengertian strategi, antara lain:

1. Menurut Bussinesdictionary, strategi adalah metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang di inginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi dari suatu masalah.
2. Menurut Craig & Grant (1996), strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.
3. Menurut Siagian (2004), strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh

---

<sup>9</sup> Rachmat, *Manajemen...*, hlm. 30-32

seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

4. Menurut David, strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture.

### C. Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.<sup>11</sup> Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.

Pada penelitian AY Lubis, menurut Hafsah pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Sedangkan menurut Mangkuprawira menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa depan. Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.<sup>12</sup>

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/ jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Sedangkan menurut Undang-undang Republik

---

<sup>11</sup> Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*, h. 538.

<sup>12</sup> AY Lubis, *Pengembangan Usaha*, repository.usu.ac.id>bitstream, pdf, h. 9.

Indonesia Nomor 18 tahun 2002 pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.<sup>13</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha.

#### **D. Produk Unggulan**

Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki dan dikuasai oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (bahan baku dan pasar), talenta masyarakat dan kelembagaan (penguasaan teknologi, kemampuan sumberdaya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di lokasi tertentu.

Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses membangun dialog dan kemitraan aksi para pihak yang meliputi pemerintah daerah, para pengusaha, dan organisasi-organisasi masyarakat lokal. Pilar-pilar pokok strateginya adalah meningkatkan daya tarik, daya tahan, dan daya saing ekonomi lokal.

Produk unggulan adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan SDA dan SDM lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan. Sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global (Kementerian Koperasi &UKM). Sedangkan Soemarno dalam bahan kajian strategi Pengembangan Wilayah Berbasis Agribisnis memaparkan Produk Unggulan atau Komoditi unggulan itu merupakan hasil usaha masyarakat

---

<sup>13</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002

pedesaan dengan kriteria :<sup>14</sup>

- a. Mempunyai daya saing yang tinggi di pasaran (keunikan /ciri spesifik, kualitas bagus, harga murah);
- b. Memanfaatkan potensi sumberdaya lokal yang potensial dapat dikembangkan;
- c. Mempunyai nilai tambah tinggi bagi masyarakat pedesaan;
- d. Secara ekonomi menguntungkan dan bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan kemampuan sumberdaya manusia;
- e. Layak didukung oleh modal bantuan atau kredit.

Banyak penelitian dan kajian tentunya berkaitan dengan produk unggulan atau sektor unggulan daerah, baik pendekatan menggunakan analisis Location Quotients (LQ) maupun analisis lain. Tetapi titik beratnya sekarang bukanlah menemukan apa produk unggulan yang ditemukan di daerah, tetapi lebih mengarah kepada tingkat keseriusan pemerintah dan masyarakat dalam pengelolaannya.

Harapannya adalah masyarakat bisa lebih fokus dan memiliki kepastian dalam pengelolaan sumber daya apakah budi daya tanaman, peternakan maupun industri kecil dan kerajinan. Dengan adanya pengelolaan dengan aksi yang berkesinambungan tentunya tidak ada keraguan masyarakat untuk memproduksi. Karena pemerintah maupun swasta sebagai mitra mampu mengakomodir ke jalur distribusi atau pemasaran dengan target pasar yang jelas.

Jika tidak ada pengelolaan mata rantai produksi, kapasitas dan ketersediaan bahan baku, produksi dan Sumber Daya Manusia dan pemasaran yang jelas, produk unggulan akan tenggelam dan terlupakan. Produk unggulan akan menjadi sebatas referensi dan presentasi.

Seyogyanya produk unggulan itu adalah yang mudah dikenal, mudah diingat, mudah ditemukan, dan Selalu tersedia. Produk unggulan yang mencirikan

---

<sup>14</sup> Soemarno. Bahan kajian 2011 “*Strategi Pengembangan Wilayah Berbasis Agribisnis*”

suatu daerah, dan mensejahterakan masyarakat tentunya.

### **E. Penelitian Terdahulu**

Sebagai bahan perbandingan, dalam penelitian ini penulis mencantumkan hasil-hasil kajian/penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Tujuan mencantumkan kajian terdahulu adalah untuk menunjukkan penelitian yang dilakukan apakah memiliki kesamaan, perbedaan sehingga akan lebih menjelaskan posisi permasalahan yang akan diteliti.

1. Penelitian Nur Sakinah dengan judul skripsi Strategi Pengembangan Industri Kuliner Kreatif Berbasis IT Dengan Metode Analisis SWOT. Skripsi ini membahas tentang bagaimana cara menganalisa strategi yang tepat digunakan untuk mengembangkan bisnis industri kreatif Rumah Blepots di jl. Medan Area Selatan Gg. Puri Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industry kreatif Rumah Blepots tetap mempertahankan menu burger dalam ukuran besar dan juga menambah promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan.<sup>15</sup>
2. Penelitian Nani Jayanti dengan judul Analisis Produk Unggulan Tanaman Pangan di Prov Riau. Skripsi ini membahas tentang bagaimana menganalisis tanaman pangan dengan analisa LQ dengan menggunakan data time series. Berdasarkan analisis LQ yang dilakuka didapat tanaman padi merupakan produk unggulan di Provinsi Riau.<sup>16</sup>
3. Penelitian Wahyuniarso dengan judul skripsi Strategi Pengembangan Industri kecil Keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang. Skripsi ini membahas tentang strategi yang dipakai dalam mengembangkan industry kecil Keripik di dusun Karabgolo desa Lerep Kabupaten Semarang.
4. Penelitian Radita Agnis Septika dengan judul skripsi Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Produk Unggulan di Kabupaten Magetan.metode

---

<sup>15</sup> NurSakinah, “*Strategi Pengembangan Industri Kuliner Kreatif Berbasis IT Dengan Metode Analisis SWOT*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Medan, 2015)

<sup>16</sup> Nani Jayanti, “*Analisis Produk Unggulan Tanaman Pangan di Prov Riau*”, (Fakultas Ekonomi UNRI Riau, 2015)



yang digunakan adalah metode MPE (metode perbandingan Eksponensial), metode borda, tipologi klassen dan untuk strategi pengembangannya memakai analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anyaman bambu menempati urutan pertama dikarenakan produk anyaman bambu memiliki sebaran luas di Kabupaten Magetan dan juga bahan baku bambu juga sangat mudah didapat. Selain itu cukup banyak masyarakat yang menggemari produk yang terbuat dari bambu karena produk seperti itu memiliki kekhasan tersendiri yaitu lebih unik.<sup>17</sup>

5. Penelitian Yolamalinda dengan judul jurnal Analisis Potensi Ekonomi Daerah Dalam Pengembangan Komoditi Unggulan Kabupaten Agam. Penelitian ini membahas tentang bagaimana menganalisis komoditi unggulan di Kabupaten Agam agar dapat membuat Kabupaten Agam menjadi daerah yang berdaya saing tinggi. Metode yang digunakan adalah dengan perengkingan yaitu dengan menganalisis potensi mana yang memberikan kontribusi terbesar untuk daerah.<sup>18</sup>

Berbeda dengan karya-karya ilmiah diatas, bahwa penelitian yang penulis lakukan dengan judul Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Produk Unggulan di Kabupaten Padang Lawas adalah bertujuan untuk menganalisis beberapa dari produk unggulan yang dapat dijadikan sebagai produk unggulan di Kabupaten Padang Lawas sesuai dengan kriteria dan persyaratan produk unggulan. Untuk pengembangan produk unggulan memakai analisis SWOT dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman agar produk tersebut dapat memasuki pasar global bahkan internasional.

---

<sup>17</sup> Radita Agnis Septika “*Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Produk Unggulan di Kabupaten Magetan*”, (Skripsi, Fakultas Agribisnis Universitas Sebelas Maret, 2014)

<sup>18</sup> Yolamalinda, juni 2014 “*jurnal Analisis Potensi Ekonomi Daerah Dalam Pengembangan Komoditi Unggulan Kabupaten Agam*, Vol.3, no.2, diakses 20 Desember 2018

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian dilaksanakan di Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara.

#### **C. Sumber Data**

Dalam penelitian ini, data yang akan diperoleh dari dua sumber, yaitu:

##### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asalnya, data primer diperoleh melalui :

- 1) Observasi
- 2) Interview

##### **b. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang telah diolah sebelumnya yang diperoleh dari studi kepustakaan, maupun studi dokumentasi. Adapun data sekunder diperoleh melalui :

- 1) Studi pustaka yaitu bersumber dari hasil bacaan literatur atau buku-buku atau data terkait dengan topik penelitian. Ditambah penelusuran data online, dengan pencarian data melalui fasilitas internet.

- 2) Dokumentasi yaitu arsip-arsip, laporan tertulis atau daftar inventaris yang diperoleh terkait dengan penelitian yang dilakukan. Menurut Arikunto, dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda, dan sebagainya.

## 1. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### a. Teknik Pengumpulan Data Primer

Yaitu teknik pengumpulan data yang langsung diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian, teknik ini dapat dilakukan dengan wawancara. Wawancara merupakan Tanya jawab antara pewawancara dengan di wawancarai untuk meminta eterangan atau pendapat mengenai suatu hal, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak,yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan (*interviewer*) dan narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan.<sup>1</sup>

Adapun pertanyaan yang diajukan meliputi 5W + 1H yaitu *what, why, when, who, where dan how*, dengan uraian pertanyaan sebagai berikut:

Unsur	Pernyataan
What ( apakah )	Apakah yang melatar belakangi usaha ini?
Why ( mengapa )	Mengapa memilih usaha ini?
When ( kapan )	Kapan usaha ini didirikan?
Who ( siapa )	Siapa yang menjadi owner dari usaha ini?
Where ( dimana )	Dimana tepatnya lokasi usaha ini?
How ( bagaimana )	Bagaimana sistem pengembangan industry ini?

---

<sup>1</sup> Dongoran, Sorimuda, Pemilik usaha penggilingan bubuk kopi Siundol UD. Doly, wawancara di Sibuhuan, tanggal 24 Desember 2018

b. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik penelitian yang sangat penting karena peneliti dapat menggambarkan situasi yang terjadi pada tempat yang diteliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat diasumsikan sebagai sumber data tertulis yang terbagi dalam dua kategori yaitu sumber resmi dan sumber tidak resmi. Sumber resmi merupakan dokumen yang dibuat/dikeluarkan oleh lembaga/perorangan atas nama lembaga. Sumber tidak resmi adalah dokumen yang dibuat/dikeluarkan oleh individu tidak atas nama lembaga. Dokumen yang akan dijadikan sebagai sumber referensi dapat berupa hasil rapat, laporan pertanggungjawaban, surat, dan catatan harian.

d. Study kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting sekali dalam metode ilmiah untuk mencari sumber data sekunder yang akan mendukung penelitian dan untuk mengetahui sampai ke mana ilmu yang berhubungan dengan penelitian telah berkembang, sampai ke mana terdapat kesimpulan dan degeneralisasi yang pernah dibuat. Cara yang dilakukan dengan mencari data-data pendukung (data sekunder) pada berbagai literatur baik berupa buku-buku, dokumen-dokumen, makalah-makalah hasil penelitian serta bahan-bahan referensi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

## **2. Analisis Data**

Ada beberapa teknik analisis data yang diperlukan dalam penelitian ini, diantaranya:

### a. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *strength*, *weakness*, *opportunities*, *threats* (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Sedangkan analisis swot adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).<sup>2</sup>

Yang dimaksud dengan *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *treats* (ancaman) adalah sebagai berikut :

#### 1. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan adaah sumber daya yang dibrikan suatu keunggulan kompetitif, dankemampuan kepada perusahaan/ organisasi mempertahankan posisinya dengan melakukan aktivitas pada tingkat yang sama. Indikator kekuatan (*strength*) dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Kepemilikan produk (*proprietary products*)
- b. Pemimpin pasar (*market leader*)
- c. Sumber daya keuangan (*financial resources*)
- d. Kedalaman manajemen ( *menegement depth*)
- e. Persediaan proses rantai (*supply chain proseses*)
- f. Skala ekonomi (*economics ofscale*)

#### 2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan adalah sesuatu yang tidak dilakukan dengan baik oleh perusahaan, atau perusahaantidak memiliki kapasitas untuk meakukannya, sementra parapesaingnyabmemiliki kapasitas tersebut. Indikator kelemahan (*weakness*) adalah sebagai berikut:

- a. Reputasi yang buruk (*bad reputation*)

---

<sup>2</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 19

- b. Arah strategi yang tidak jelas (*strategic direction not clear*)
- c. Tidak ada skala ekonomi (*no economic scale*)
- d. Kelamahan dalam memasarkan, keuangan (*weakness in marketing, finance*)

### 3. Peluang (*opportunities*)

Peluang adalah suatu kecenderungan lingkungan yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja suatu organisasi, divisi perusahaan, fungsi perusahaan, serta produk dan jasa perusahaan. Indikator peluang (*opportunities*) antara lain:

- a. Pasar baru (*new markets*)
- b. Relung (*niches*)
- c. Integrasi vertikal atau horizontal (*vertical or horizontal integration*)
- d. Peningkatan pertumbuhan pasar (*increased market growth*)
- e. Peningkatan kekuatan dengan penyalur (*increasing power with supplier*)

### 4. Ancaman (*threats*)

Ancaman adalah suatu kecenderungan lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat merugikan posisi organisasi perusahaan, divisi perusahaan, fungsi perusahaan, produk atau jasa. Indikator ancaman antara lain:

- a. Pesaing asing, lokal (*competitors foreign, domestic*)
- b. Rendahnya barriers masuk (*low barriers of entry*)
- c. Faktor teknologi (*technology factors*)
- d. Model bisnis baru (*new business models*)
- e. Produk pengganti (*substitute products*)
- f. Para pembeli yang memperoleh kuasa (*buyers gaining power*)

Langkah-langkah dalam melakukan analisis swot dengan tahap pengumpulan informasi dan mendaftar semua kekuatan yang ada sekarang.

Kemudian pada gilirannya akan mendaftarkan kelemahan yang ada sekarang. Tahap ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan informasi, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal. Data eksternal dapat diperoleh dari lingkungan luar perusahaan seperti analisis pasar, analisis competitor, analisis komunitas, analisis pemerintah, analisis kelompok kepentingan tertentu.<sup>3</sup>

Sedangkan data internal dapat diperoleh dari dalam perusahaan itu sendiri, seperti : laporan keuangan (neraca, laba rugi, cash-flow, struktur pendanaan), laporan kegiatan sumberdaya manusia (jumlah karyawan, pendidikan, keahlian, pengalaman, gaji, turn over), laporan kegiatan operasional, laporan kegiatan pemasaran. Pada tahap ii harus mempersiapkan pertanyaan pertanyaan yang berhubungan dengan perusahaan secara spesifik atau berkaitan dengan produk yang akan di analisis.

Analisis ini digunakan untuk perumusan strategi pengembangan produk di kabupaten Padang Lawas. Sebelum menyusun strategi maka perlu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dari produk unggulan peringkat pertama yang digambarkan ke dalam Matriks SWOT dengan beberapa kemungkinan alternatif strategi.

**Tabel 3.1**  
**Matriks SWOT**

	<b><i>Strength (S)</i></b> Menentukan faktor kekuatan internal	<b><i>Weakness (W)</i></b> Menentukan faktor kelemahan internal
<b><i>Opportunities (O)</i></b> Menentukan faktor	<b><i>Strategi S-O</i></b> Menciptakan strategi yang	<b><i>Strategi W-O</i></b> Menciptakan strategi yang

<sup>3</sup>Rangkuti, *analisis SWOT Teknik Membeda Kasus Bisnis* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama 1997), h. 19

peluang eksternal	menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b><i>Threats (T)</i></b> Menentukan faktor ancaman eksternal	<b><i>Strategi S-T</i></b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b><i>Strategi W-T</i></b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis oleh : Freddy Rangkuti

1. *Strategi SO*

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. *Strategi ST*

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menguasai ancaman.

3. *Strategi WO*

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

4. *Strategi WT*

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam Bab IV penulis menfokuskan penulisan pada hasil penelitian dan pembahasannya. Bab ini membahas beberapa permasalahan yang menjadi indikator penelitian tentang Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Produk Unggulan di Kabupaten Padang Lawas.

#### **A. Gambaran Umum Kabupaten Padang Lawas**

##### **1. Keadaaan Geografis**

###### **a. Letak dan Luas Wilayah**

Kabupaten Padang Lawas merupakan Kabupaten yang terletak di Provinsi Sumatera Utara dengan posisi diantara  $1^{\circ} 26'$  -  $2^{\circ} 11'$  Lintang Utara dan  $91^{\circ} 01'$  -  $95^{\circ} 53'$  Bujur Timur. Adapun luas wilayah keseluruhan sebesar  $3.842,74 \text{ km}^2$  (384.274 ha). Ibu kota Kabupaten Padang Lawas adalah Sibuhuan. Batas wilayah Kabupaten Padang Lawas adalah :

1. Sebelah Utara : Berbatasan dengan kabupaten Padang Lawas Utara Provinsi Sumatera Utara.
2. Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau
3. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kabupaten Pasaman Provinsi Sumatera Barat dan Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal.
4. Sebalah Barat : Berbatasan dengan Kecamatan Gunung Malintang Kabupaten Mandailing Natal, Kecamatan Sayur Matinggi, dan Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.

**Tabel 4.1****Luas wilayah menurut Kecamatan di Kabupaten Padang Lawas 2015**

No	Kecamatan	Luas (km <sup>2</sup> )	Persentase %
1	Sosopan	407,52	9,63
2	Ulu Barumun	241,37	5,71
3	Barumun	119,50	2,83
4	Barumun Selatan	122,60	2,90
5	Lubuk Barumun	300,23	7,10
6	Sosa	611,85	14,46
7	Batang Lubu Sutam	586,00	13,85
8	Hutaraja Tinggi	408,00	9,65
9	Huristak	357,65	8,46
10	Barumun Tengah	443,09	10,47
11	Aek Nabara Barumun	487,75	11,53
12	Sihapas Barumun	144,43	3,41
Total		4.229,29	100,00

Sumber : Kabupaten Padang Lawas Dalam Angka 2015

Kabupaten Padang Lawas memiliki 12 Kecamatan dan 303 Desa yang memiliki luas per Kecamatan yang berbeda-beda. Kecamatan yang memiliki tanah dan pemukiman paling luas adalah Kecamatan Sosa yaitu sebesar 611,85 km<sup>2</sup> 14,46% dari Kabupaten Padang Lawas. Dan Kecamatan yang luas tanah nya paling sedikit atau paling sempit adalah Kecamatan Barumun yaitu Ibu Kota Kabupaten Pasar Sibuhuan yaitu 119,50 km<sup>2</sup> atau sekitar 2,83% dari Kabupaten Padang Lawas.

**Tabel 4.2**  
**Luas Tanaman Perkebunan Menurut Kecamatan dan Tanaman Di Kabupaten**  
**Padang lawas (Ha), 2015**

No	Kecamatan	Kelapa Sawit	Karet	Kakao	Kelapa	Kopi
1	Sosopan	344,50	2 804,50	296,25	17,75	412,00
2	Ulu Barumun	910,50	1 473,00	165,00	87,50	138,55
3	Barumun	7 756,00	2 045,50	467,50	72,50	0
4	Barumun Selatan	1 011,50	1 620,50	44,50	10,05	29,25
5	Lubuk Barumun	725,66	409,93	0	9,55	0
6	Sosa	6 897,00	2 226,00	77,50	0	75,00
7	Batang Lubu Sutam	987,15	1 686,25	14,49	36,07	120,71
8	Hutaraja Tinggi	14 374,96	796,98	0	51,98	0
9	Huristak	1 364,39	714,90	0	20,37	0
10	Barumun Tengah	2 291,43	1 242,82	3,00	53,23	0
11	Aek Nabara Barumun	4 099,00	1 662,50	3,18	161,75	46,01
12	Sihapas Barumun	727,00	400,00	0	5,30	18,54
<b>Total</b>		<b>41 480,09</b>	<b>17 182,88</b>	<b>1 081,42</b>	<b>629,05</b>	<b>860,06</b>

Sumber : Kabupaten Padang Lawas Dalam Angka 2015

Ada beberapa desa yang bercocok tanam kopi sebagai bahan baku dari bubuk kopi. Diantaranya ialah Kecamatan Sosopan seluas 412,00 Ha, Kecamatan Ulu Barumun 138,55 Ha, Kecamatan Barumun Selatan seluas 29,25 Ha, Kecamatan Sosa seluas 75 Ha, Kecamatan Batang Lubu Sutam seluas 120,71 Ha, Kecamatan Aek Nabara Barumun seluas 46,01 Ha, dan Kecamatan Sihapas Barumun seluas 18,54 Ha.

Tanah seluas 860,06 Ha yang ditanami dengan tanaman kopi akan sangat membantu dalam memperoleh bahan baku dalam proses pembuatan bubuk kopi.

**Tabel 4.3**  
**Populasi ternak Menurut Jenis Ternak dan Kecamatan di Kabupaten Padang Lawas 2015**

No	Kecamatan	Sapi Potong	Kerbau	Kambing	Domba	Babi
1	Sosopan	-	20	450	51	-
2	Ulu Barumun	24	19	1 308	68	-
3	Barumun	21	50	644	112	-
4	Barumun Selatan	104	32	769	112	-
5	Lubuk Barumun	521	691	1 121	711	-
6	Sosa	220	458	2 587	792	168
7	Batang Lubu Sutam	-	43	-	193	-
8	Hutaraja Tinggi	1 883	555	2 405	1 200	-
9	Huristak	1 969	2 775	1 815	654	-
10	Barumun Tengah	889	2 004	742	1 059	-
11	Aek Nabara Barumun	828	1 787	780	1 057	-
12	Sihapas Barumun	842	1 999	689	1 050	
<b>Total</b>		<b>7 302</b>	<b>10 414</b>	<b>13 311</b>	<b>7 060</b>	<b>168</b>

Sumber : Kabupaten Padang Lawas Dalam Angka 2015

Sapi dan kerbau juga menjadi salah satu dari beberapa daftar potensi produk unggulan yang akan diidentifikasi. Jumlah ternak sapi di Kabupaten Padang Lawas adalah 7302 ekor yang tersebar di beberapa Kecamatan. Diantaranya di Kecamatan Ulu Barumun sebanyak 24 ekor, kecamatan Barumun 21 ekor, Kecamatan Barumun Selatan 104 ekor, Kecamatan Lubuk Barumun 521 ekor, Kecamatan Sosa 220 ekor, kecamatan Hutaraja Tinggi sebanyak 1883 ekor Kecamatan Huristak sebanyak 1869 , Kecamatan Barumun Tengah sebanyak 889 ekor, Kecamatan aek Nabara Barumun sebanyak 828 ekor dan Kecamatan Sihapas barumun sebanyak 842 ekor.

Sedangkan jumlah ternak kerbau di Kabupaten Padang lawas sebanyak 10.414 ekor yang juga tersebar di beberapa Kecamatan di Kabupaten Padang lawas. Yaitu Kecamatan Sosopan sebanyak 20 ekor, Kecamatan Ulu Barumon sebanyak 19 ekor, Kecamatan Barumon 50 ekor, Kecamatan Barumon Selatan 32 ekor, Kecamatan Lubuk Barumon sebanyak 691 ekor, Kecamatan Sosa sebanyak 458 ekor, Kecamatan Batang Lubu Sutam sebanyak 45 ekor, kecamatan Hutaraja Tinggi sebanyak 555 ekor, Kecamatan Huristik sebanyak 2775 ekor, Kecamatan Barumon Tengah sebanyak 2004 ekor, Kecamatan Aek Nabara Barumon sebanyak 1787 ekor dan Kecamatan Sihapas Barumon sebanyak 1999 ekor.

## **B. Defenisi dan Kriteria Produk Unggulan Daerah**

### **1. Defenisi Produk Unggulan Daerah**

Produk Unggulan Daerah merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki dan dikuasai oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan bisnis (bahan baku dan pasar), talenta masyarakat dan kelembagaan (penguasaan teknologi, kemampuan sumber daya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di lokasi tertentu.

Produk unggulan daerah yang selanjutnya disingkat PUD menurut Peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014 merupakan produk, baik barang maupun jasa yang dihasilkan oleh koperasi, usaha skala kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki oleh daerah baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya lokal serta mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah yang diharapkan menjadi kekuatan ekonomi bagi daerah dan masyarakat setempat sebagai produk yang potensial memiliki daya saing, daya jual, dan daya dorong dan mampu memasuki pasar global.

## 2. Kriteria Produk Unggulan Daerah

kriteria produk unggul menurut unkris Satya Wacana Salatiga, adalah komoditi yang memenuhi persyaratan kecukupan sumber daya lokal, keterkaitan komoditas, posisi bersaing.

Menurut direktorat jenderal Pembangunan Daerah Depdagri bahwa berdasarkan Surat Edaran Nomor 050.05/2910/III/BANDA tanggal 7 Desember 1999, ditentukan kriteria komoditas unggulan sebagai berikut:<sup>1</sup>

- a. Mempunyai kandungan lokal yang menonjol dan inovatif di sector pertanian, industry dan jasa
- b. Mempunyai daya saing tinggi di pasaran, baik cirri, kualitas maupun harga yang kompetitif serta jangkauan pemasaran yang luas, baik dalam negeri maupun luar negeri
- c. Mempunyai ciri khas daerah karena melibatkan masyarakat banyak (tenaga kerja setempat)
- d. Mempunyai jaminan dan kandungan bahan baku yang cukup banyak, stabil dan berkelanjutan
- e. Difokuskan pada produk yang mempunyai nilai tambah ang tinggi, baik dalam kemasan maupun pengolahan
- f. Secara ekonomi menguntungkan dan bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan kemampuan SDM masyarakat
- g. Ramah lingkungan, tidak merusak lingkungan, berkelanjutan serta tidak merusak budaya rakyat.

Menurut peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014 tentang pedoman pengembangan produk unggulan lokal penetapan produk unggulan daerah dapat memenuhi kriteria sebagai berikut:<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Peraturan Direktorat Jenderal Pembangunan Daerah Depdagri Nomor 050.05/2910/III/BANDA, 1999

<sup>2</sup> Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014

1. Penyerapan tenaga kerja

Penyerapan tenaga kerja produk unggulan daerah diproduksi dengan memanfaatkan tenaga kerja terampil di daerah produksi sehingga member dampak pada penciptaan lapangan kerja dan pendapatan bagi masyarakat setempat.

2. Sumbangan terhadap perekonomian

Sumbangan terhadap perekonomian merupakan produk yang memiliki nilai ekonomis memberikan memberikan manfaat bagi konsumen, memiliki keterkaitan ke depan dan ke belakang, member efek ganda ekonomi sekaligus memberikan keuntungan ekonomi bagi seluruh pemangku kepentingan dan daerah yang memproduksi produk unggulan tersebut.

3. Sektor basis ekonomi daerah

Sektor basis ekonomi daerah merupakan produk unggulan daerah yang masuk dalam kategori kelompok sector basis dalam PDRB dan memberikan kontribusi teresar dalam ekonomi daerah.

4. Dapat diperbaharui

Dapat diperbaharui member makna bahwa produk unggulan daerah bukan barang tambang dan memanfaatkan bahan baku yang dapat diperbaharui dan ramah lingkungan. Arang tambang tidak dapat dimasukkan sebagai produk unggulan daerah meskipun saat itu member kontribusi ekonomi yang besar bagi daerah.

5. Sosial budaya

Unsur sosial budaya yang menciptakan, memproduksi dan mengembangkan produk unggulan daerah adalah menggunakan talenta dan kelembagaan masyarakat yang dibangun dan dikembangkan atas dasar kearifan lokal yang bersumber pada ciri khas dan warisan budaya yang turun temurun serta kondisi sosial budaya setempat.

6. Ketersediaan pasar

Ketersediaan pasar adalah kemampuan produk unggulan daerah untuk terserap pada pasar lokal, regional dan nasional serta berpotensi untuk memasuki pasar global.

7. Bahan baku

Bahan baku terjamin ketersediaannya dengan perolehan harga yang kompetitif, terjamin kesinambungannya serta ramah lingkungan.

8. Modal

Modal adalah ketersediaan dan kecukupan dana bagi kelancaran usaha untuk kebutuhan investasi dan modal kerja.

9. Sarana dan prasarana produksi

Sarana dan prasarana produksi adalah kemudahan bagi pengusaha PUD untuk memperoleh sarana dan prasarana produksi pada tingkat harga yang kompetitif dan mudah diperoleh

10. Teknologi

Teknologi yang relevan, tepat guna dan terdapat unsure yang tidak mudah ditiru.

11. Manajemen usaha

Manajemen usaha merupakan kemampuan mengelola usaha secara profesional dengan memanfaatkan taleenta dan kelembagaan masyarakat.

12. Harga

Harga merupakan kemampuan member nilai tambah dan mendatangkan laba usaha.

### **C. Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Padang Lawas**

BUPATI Padang Lawas H. Ali Sutan Harahap dalam keputusannya No. 050//419 tahun 2016 menetapkan 19 (Sembilan Belas) produk unggulan daerah Kabupaten Padang Lawas yaitu bubuk kopi, kerajinan rotan, paroppa sadun dan tenun, pembuatan jamu herbal, jamu gendong , padi sawah, padi gogo, manggis, kopi, ikan mas, ikan lele, ikan nila, sapi, kerbau pemanddian alam aek milas, pemandian alam aek Barumun Siraisan, air terjun sipataung, candi sijorang balanga, candi sipamutung, dan waterboom Dofa.



## **1. Pertanian, Kehutanan, Dan Perikanan**

### **a. Padi Gogo**

Berdasarkan data Dinas Pertanian Kabupaten Padang Lawas pada tahun 2014 luas lahan pertanian seluas 367.644 ha yang terdiri dari lahan sawah seluas 11.828 ha dan lahan bukan sawah 355.816 ha. Khusus untuk lahan padi gogo awal tahun 2016 di Kabupaten Padang Lawas  $\pm$  10000 ha dan yang di panen saat itu  $\pm$  300 ha. Kondisi terbaru Padi Gogo di Padang Lawas seluas 7500 ha yang berada di Kecamatan Sosa.

Padi gogo merupakan salah satu jenis padi yang ditanam di tabah tanpa aliran air yang tetap (kering). Masa panen padi gogo bisa mencapai 3-4 bulan. Modal yang dibutuhkan per Ha sekitar Rp 300.000-500.000,- menghasilkan 5-7 kali lipat dari modal yang dikeluarkan. Untuk pemasaran padi gogo ini sendiri masih disekitaran Kabupaten padang Lawas atau lebih jelasnya di sekitaran tempat tinggal pemilik lahan pertanian padi gogo tersebut.

Mengingat banyaknya beras kemasan yang beredar sekarang dengan bandrol harga yang jauh lebih murah membuat permintaan akan beras dari padi gogo sendiri tidak terlalu banyak. Sebagian hasil panen dikonsumsi oleh produsen dan sebagian dijual kepada konsumen yang meminta. Harga per 4 kilo atau lebih akrab disebut satu kaleng dibandrol dengan harga Rp 43.000,-.

**Gamar 4.1 Panen padi Gogo**



Sumber :<http://padanglawaskab.go.id/>

#### **b. Padi Sawah**

Berdasarkan data Dinas Pertanian Kabupaten Padang Lawas pada tahun 2016 luas lahan sawah seluas 11.230 ha yang terdiri dari lahan sawah irigasi seluas 6.344 ha dan lahan sawah non irigasi seluas 4.886 ha. Persebaran lahan sawah berada di 11 kecamatan yaitu Sosopan, Ulu

Barumon, Barumon, Barumon Selatan, Lubuk Barumon, Sosa, Batang Lubu Sutam, Huristak, Barumon Tengah, Aek Nabara Barumon, dan Sihapas Barumon. Padi sawah juga hampir sama dengan padi gogo. Bedanya hanyalah masalah perairan saja. Untuk modal usaha hingga keperluan selama masa produksi juga hamper sama dengan produksi padi gogo. Dan untuk pasaran dan harga bandrolan untuk padi sawah juga hamper sama dengan padi gogo. Untuk harga beras dari hasil padi sawah dibandrol dengan harga Rp. 40.000,- per 4 kilo (1 kaleng).

#### **c. Manggis**

Kasubbag Program Dinas Pertanian Sumut, Lusiantiny mengatakan, Sumatera Utara merupakan sentra produksi manggis di Indonesia selain provinsi lain di Jawa. Total produksi buah manggis mengalami peningkatan 41,26% dari tahun sebelumnya.

Tahun 2011, produksi manggis hanya 9.331,6 ton dari lahan menghasilkan seluas 76.731 ha, tahun 2012, berkisar 13.181,8 ton. Dari data yang ada, sentra produksi manggis berada diseluruh kabupaten/kota di Sumatera Utara kecuali Toba Samosir, Samosir, Nias Selatan, Phakpak Barat, dan Tanjung Balai dengan sentra produksi di Tapanuli Selatan yang mana produksinya mencapai 1.949,8 ton, Deliserdang 2.959,8 ton, dan Padang Lawas 1.137,5 ton. Di tahun 2016 ada sebanyak 22.232 pokok manggis di Padang Lawas yang tersebar di enam kecamatan yaitu Sosopan, Ulu Barumon, Barumon, Lubuk Barumon, Sosa dan Batang Lubu Sutam.

Komoditas manggis ini sendiri tidak bisa kita temukan kapan saja, dikarenakan manggis hanya berbuah kurang lebih 2 kali dalam setahun.

#### **Gambar 4.2 Manggis**



Sumber : Foto Tim Bappeda

#### **d. Kopi**

Kopi merupakan salah satu produk yang bisa diunggulkan daerah di Kabupaten Padang Lawas. Seluas 839,06 ha luas lahan kopi yang ada di Kabupaten Padang Lawas. Ada 7 Kecamatan yang merupakan daerah penghasil

kopi yaitu Kecamatan Sosopan, Kecamatan Ulu Barumon, Kecamatan Barumon, Kecamatan Sosa, Kecamatan Batang Lubu Sutam, Kecamatan Hutaraja Tinggi, dan Kecamatan Barumon Tengah. Sentranya sendiri ada di Kecamatan Sosopan. Kopi dari kecamatan Sosopan inilah yang sudah dipasarkan ke luar daerah.

Kopi memang sudah menjadi komoditi yang tidak akan pernah berhenti dicari atau di konsumsi oleh kebanyakan orang. Bisa dikatakan, kopi bisa menjadi kebutuhan primer terutama bagi pecandu kopi. Dimana kopi harus di konsumsi minimal 2 kali dalam sehari. Tapi dalam hal ini kopi ini sendiri tidak bisa menjadi produk unggulan karena kopi yang kita maksudkan tadi adalah kopi yang sudah diolah dan siap untuk diseduh atau disajikan.

**Gambar 4.3**

**Karyawan sedang mensortir biji kopi dan menjemur kopi**



Sumber : Foto tim Bappeda

#### **e. Ikan Mas**

Jenis perikanan yang terdapat di Kabupaten Padang Lawas hanya terbatas pada jenis ikan dari budidaya air tawar. Luas potensi terbesar untuk budidaya ikan air tawar di Kabupaten Padang Lawas terdapat pada jenis usaha kolam tetap. Ikan Mas merupakan salah satu ikan yang banyak dibudidayakan di

Kabupaten Padang Lawas. Seluas 815 ha lahan budidaya ikan mas di Kabupaten padang Lawas tersebar di empat kecamatan yaitu kecamatan Ulu Barumon, Kecamatan Barumon, Kecamatan Lubuk Barumon dan Kecamatan Sosa.

Ikan mas memang banyak dan sangat mudah kita temukan di Kabupaten Padang Lawas. Hanya saja jangkauan pemasaran ikan mas masih sekitaran kabupaten padang Lawas. Komoditi ikan mas sendiri belum bisa dijadikan produk unggulan karena ikan mas yang belum diolah ini tidak dapat memasuki pasaran yang lebih luas.

Jika komoditi ikan mas ingin dijadikan sebagai produk unggulan maka harus diolah atau diperbarui lagi menjadi sesuatu yang baru yang memiliki ciri atau kekhasan yang dapat mendorong komoditi ini menuju pasar global dan dapat dipasarkan ke sejumlah daerah. Sedangkan di Kabupaten Padang Lawas sendiri belum ada jenis usaha yang mengolah ikan mas agar dapat menjadi sesuatu yang baru yang siap dipasarkan.

**Gambar 4.4 Kolam Ikan Mas**



Sumber : Foto Tim Bappeda



#### **f. Ikan Lele**

Perikanan dan Peternakan Kabupaten Padang Lawas (Diskanak Palas), terus mengajak masyarakat Palas untuk membuat suatu usaha alternatif, salah satunya beternak lele dipekarangan rumah. Untuk tahun ini, ada empat lokasi di Padang Lawas yang dijadikan demplot atau percontohan pembudidayaan ikan lele ini di pekarangan rumah dengan menggunakan terpal.

Keempatnya, lanjutnya, yakni berlokasi di Desa Janji Lobi Kecamatan Barumon, Desa Paran Batu, Kecamatan Ulu Barumon, Desa Janji Matogu, Kecamatan Lubuk Barumon dan di Desa Pagaran Silindung, Kecamatan Barumon Tengah. Luas Lahan budidaya ikan lele dari keempat kecamatan tersebut sebesar 1000 ha. Ikan lele juga tidak berbeda jauh dengan ikan mas. Jangkauan pemasaran tidak luas dan hanya di sekitaran Kabupaten Padang Lawas saja.

**gambar 4.5 Proses panen ikan lele**



Sumber : Foto Tim Bappeda

#### **g. Ikan Nila**

Ikan Nila merupakan jenis lain ikan air tawar yang banyak diminati di Kabupaten Padang Lawas. Dulu produk ikan nila sebagian besar didatangkan dari luar kabupaten. Namun sekarang di Kabupaten Padang Lawas sendiri sudah banyak dibudidayakan ikan nila. Seluas 20 ha lahan budidaya ikan nila yang terdiri dari empat kecamatan yaitu Kecamatan Ulu Barumon, Kecamatan Barumon, Kecamatan Lubuk Barumon, Kecamatan Sosa, dan Kecamatan Barumon Tengah. Dalam rangka meningkatkan produksi ikan nila, Dinas Peternakan dan Perikanan Padang Lawas berkali-kali menebarkan benih ikan nila. Total bibit yang sudah ditaburkan di tahun 2015 mencapai 78.700 ekor.

Ikan nila juga tidak jauh berbeda dengan budidaya ikan mas dan ikan lele. Pemasaran juga tidak luas dan hanya di sekitaran Kabupaten Padang Lawas saja. Ikan nila ini juga tidak bisa dijadikan produk unggulan dikarenakan ikan nila tersebut belum diolah menjadi sesuatu yang baru dan tahan lama yang bisa menjadi sesuatu yang khas yang dapat menembus pasar yang lebih luas.

**Gambar 4.6 Proses panen ikan nila**



Sumber : Foto tim Bappeda

#### **h. Sapi**

Produksi sapi di Kabupaten Padang Lawas dari tahun ketahun semakin meningkat hal ini dapat kita lihat pada tahun 2016 yang memiliki 7.301 ekor sapi. Berdasarkan data publikasi BPS tahun 2017 diperoleh bahwa penghasil ternak sapi terbanyak adalah daerah Huristak dengan hasil ternak sebanyak 1.969 ekor sapi. Sementara Kecamatan lain yang menjadi sentra penghasil ternak sapi adalah Kecamatan Sosa, Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kecamatan Barumun Tengah, dan Kecamatan Aek Nabara Barumun.

Permintaan sapi di pasar tidak terlalu banyak. Penjualan sapi terbanyak terjadi pada menjelang hari raya Idul Fitri atau Idul Adha atau hari raya kurban. Selain dari hari itu permintaan sapi sangat sedikit sekali selain karena harganya relative mahal juga karena ekonomi masyarakat yang tidak stabil. Sapi juga tidak bisa dijadikan sebagai produk unggulan karena sapi dalam bentuk hidup seperti ini susah sekali untuk di distribusikan keluar daerah apalagi dengan jarak tempuh yang cukup jauh karena memiliki risiko yang sangat besar.

**Gambar 4.7 Peternakan sapi**



Sumber : Dokumen pribadi peneliti



### **i. Kerbau**

merupakan salah satu produk unggulan daerah Kabupaten Padang Lawas. Produksi kerbau pada tahun 2015 berjumlah 7.559 ekor dan pada tahun 2016 naik menjadi 10.413 ekor, hal tersebut menandakan bahwa produktivitas ternak semakin bagus dan juga menandakan bahwa masyarakat melaksanakan sesuai program yang telah diberikan oleh pemerintah untuk melakukan inseminasi buatan agar produktivitas ternak ini bisa meningkat di Kabupaten Padang Lawas. Sama dengan ternak sapi, kecamatan yang menjadi sentra penghasil ternak kerbau adalah Kecamatan Sosa, Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kecamatan Huristak, Kecamatan Barumon Tengah, dan Kecamatan Aek Nabara Barumon.

Untuk harga, kerbau terbilang lebih mahal dibandingkan dengan sapi. Permintaan kerbau tidak selalu ada setiap hari karena kerbau biasanya bisa dikonsumsi dihari-hari tertentu saja. Biasanya permintaan kerbau sendiri bisa meningkat disaat ada perayaan adat atau pesta dan acara-acara lain yang lebih sacral. Karena kerbau sendiri memiliki unsure adat yang mencerminkan kejayaan yang diyakini oleh masyarakat setempat.

Kerbau ini sendiri juga tidak bisa dijadikan sebagai produk unggulan karena menurut direktorat Jenderal Pembangunan Daerah Depdagri berdasarkan surat edaran nomor 050.05/2910/III/BANDA tanggal 7 Desember 1999 poin e mengatakan kriteria komoditas unggulan itu difokuskan pada produk yang mempunyai nilai tambah yang tinggi baik dalam kemasan maupun pengolahannya. Sedangkan kerbau disini sama sekali tidak diolah. Maka dari itu kerbau tidak bisa dijadikan sebagai produk unggulan.

**Gambar 4.8 Peternakan kerbau**



Sumber : Foto Tim Bappeda

**Gambar 4.9 Gambar di Peternakan Kerbau**



Sumber : Dokumen pribadi Peneliti

## **2. Industri Pengolahan**

### **a. Bubuk Kopi**

Kopi Siundol adalah kopi khas dari Desa Siundol, Kecamatan Sosopan, Kabupaten Padang Lawas, Sumatera Utara. Meskipun sudah berdiri sejak puluhan tahun silam namun hingga kini masih tetap bertahan. Proses produksi pembuatan bubuk kopi Siundol diolah dengan menggunakan alat yang masih sederhana seperti dengan menggunakan alat sederhana berupa potongan drum, untuk memasak biji kopi dan alat penggiling yang sederhana pula usaha ini tetap bergulir. Biji-biji kopi yang telah dikumpulkan kemudian dipanaskan

menggunakan kayu bakar dan diputar dengan tenaga kaki selama 20 menit, kemudian biji kopi tersebut telah dinyatakan masak pada tahap pertama. Tak hanya sampai disitu, sebelum dimasukan ke mesin penggiling, biji kopi terlebih dahulu dijemur, hingga biji kopi tersebut layak digiling untuk menjadi bubuk kopi yang nikmat, sebab jika tidak benar-benar masak, kopinya kurang terasa nikmat saat diseduh.

Dalam satu harinya usaha kopi dengan alat sederhana ini bisa menghasilkan sekitar 300 kilogram kopi bubuk dengan kemasan 250 gram dan 500 gram. Untuk kemasan 250 gram dijual dengan harga Rp 10.000 per bungkusnya, sementara untuk kemasan 500 gram dijual dengan harga Rp 20.000 per bungkus. Saat ini bubuk kopi asli Desa Siundol sudah tembus ke pasaran di wilayah Medan, Padang, Pekanbaru, Padang Lawas Utara, Tapanuli Selatan, Padang Sidempuan dan bahkan sudah mulai dipasarkan di negara tetangga, Malaysia. Tidak hanya di Siundol usaha kopi rakyat juga terdapat di Lingkungan I dan Lingkungan II Kelurahan Pasar Sibuhuan, Kecamatan Barumon.

Kopi Siundol termasuk dalam kategori kopi arabika. Seperti yang kita tahu, kopi memang sangat digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Bisa dikatakan sebagai kebutuhan yang sangat mendasar terutama untuk penikmat kopi. Kopi ini sendiri memiliki kekhasan rasa dan aroma yang dapat memanjakan lidah. Tidak hanya itu, selain ke beberapa daerah tetangga yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Padang Lawas, kopi Siundol ini juga sudah sampai merambah pasar luar negeri seperti Malaysia.

Tradisi minum kopi kerap menjadi tontonan publik yang sudah biasa terjadi di kesehariannya. Banyak juga masyarakat yang memulai pagi dengan sarapan kopi di 'lopo kopi' atau pun sudah jadi salah satu menu andalan di kafe-kafe. Sasaran pemasaran produk ini tidak hanya membidik orang tua saja. Kalangan dewasa ataupun remaja juga banyak yang menyukai bahkan sangat

menyukai kopi. Jadi untuk pemasaran kopi ini sendiri tidaklah harap-harap cemas karena sudah pasti disukai semua kalangan.

Selain itu bahan baku bubuk kopi ini sendiri sangat mudah didapatkan karna produsen penghasil kopi terluas di Kabupaten Padang Lawas sendiri adalah di Kecamatan Sosopan dimana ini adalah tempat produksi bubuk kopi Siundol itu sendiri.

Bubuk kopi siundol ini sangat cocok dijadikan sebagai produk unggulan daerah karena sangat memenuhi kriteria komoditi unggulan daerah. Mulai dari penyerapan tenaga kerja, memberikan sumabngan peerekonomian untuk daerah, dapat menjadi sector asis ekonomi daerah, dapat diperbaharui,mengandung unsure sosial dalam mengembangkan produk tersebut, mudah untuk terserap di pasarlokal maupun nasional,dan bahan baku mudah didapat.

**Gambar 4.10 Mesin penggilingan kopi**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 4.11 Bubuk kopi siap untuk dijual**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

#### **b. Paroppa Sadun/ Tenun**

Saat ini Pemerintah Indonesia sudah melihat potensi-potensi yang ada di Indonesia. Demikian juga dengan Pemerintah daerah yang mulai gencar mengembangkan produk unggulan daerah. Salah satu produk daerah yang mulai dikembangkan kembali oleh Pemda Kabupaten Padang Lawas adalah Paroppa Sadun dan tenun. Produk ini sebenarnya sudah lama dihasilkan di kabupaten ini, tetapi kurang berkembang. Di tahun 2017 Diskoperindag Kabupaten Padang Lawas memberikan bantuan berupa alat tenun kepada UMKM di desa Sipirok Baru, Kecamatan Huristak untuk lebih mengembangkan industri ini sehingga Paroppa Sadun dan tenun bisa menjadi produk unggulan daerah di Kabupaten Padang Lawas.

Paroppa sadun atau tenun ini terletak di desa sipirok baru kecamatan Huristak. Akses menuju ke tempat tenun sekitar setengah jam dari jalan nasional Binanga. Paroppa sadun dantenun ini juga telah merambah pasar lokal bahkan nasional. Karena menurut pernyataan pemilik usaha tersebut, pesanan yang datang tidak hanya dari dalam Kabupaten Padang lawas saja akan tetapi sudah masuk ke daerah lain seperti kabupaten Padang Lawas Utara, Tapanuli selatan, Mandiling Natal, Pekanbaru, Padang, Medan, Labuhan Batu, dll.

Hanya saja produksi tenun dan paroppa sadun ini tidak dilakukan terus-menerus seperti pabrikan. Akan tetapi hanya memproduksi disaat ada pesanan

saja. Tenun dan paroppa sadun juga sangat cocok dijadikan sebagai produk unggulan karena sudah memiliki beberapa dari kriteria komoditi unggulan. Untuk kurangan biaya atau alat produksi bisa dibantu oleh pihak pemerintah setelah komoditi ini bisa dijadikan produk unggulan Kabupaten Padang Lawas yang sah.

**Gambar 4.12**

**Paroppa Sadun yang sudah selesai produksi**



Sumber : Dokumentasi probadi peneliti

### **c. Kerajinan Rotan**

Kerajinan Rotan merupakan produk yang dikembangkan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Padang Lawas. Salah satu UMKM yang terkenal dengan usaha kerajinan rotan adalah UMKM di desa Hasahatan Jae, Kecamatan Barumon.

Menurut pemilik UMKM tersebut yaitu Nasruddin Harahap, nilai asset dari UMKM yang dimilikinya sebesar 100 juta dengan omset per bulan sebesar 2 juta. Selanjutnya, kendala yang dihadapi dari UMKM kerajinan rotan ini, adalah kurangnya modal usaha. Sementara dari sisi sumber daya alam yaitu rotan, di Padang lawas sendiri sangat banyak. Dengan berbagai bantuan dari



Pemerintah Daerah Kabupaten Padang Lawas diharapkan kedepannya kerajinan rotan ini dapat meningkat dan menjadi produk unggulan daerah yang mampu bersaing di pasar luar kabupaten.<sup>3</sup>

**Gambar 4.13**

**Bahan baku dan barang setengah jadi dari kerajinan rotan**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

#### **d. Pembuatan Jamu Herbal dan Jamu Gendong**

Bagi masyarakat Indonesia, racikan jamu tradisional merupakan salah satu warisan budaya yang tak ternilai harganya. Jika awalnya jamu tradisional hanya dijadikan sebagai ramuan obat, sekarang ini minuman tersebut telah diangkat kembali sebagai peluang bisnis baru yang menjanjikan omset besar bagi para pelakunya. Sedangkan di Kabupaten Padang Lawas sudah ada empat unit usaha yang memproduksi jamu herbal dan jamu gendong yaitu di desa Ujung Batu III (Jamu Herbal Putri Palas), Jl. K.H Dewantara (Tri Ningsih) dan Jl. K.H Dewantara (Kamtinem).

Akan tetapi jamu gendong ini sendiri susah untuk menembus pasar luar

---

<sup>3</sup> Nasruddin harahap, pemilik usaha UMKM kerajinan rotan, wawancara di desa Hasahatan Jae, Padang Lawas, tanggal 13 Desember 2018, pukul 14.30

Karena jamu gendong tersebut hanya bisa di pasarkan sekitar Kabupaten Padang Lawas saja dikarenakan sistem penjualanyang langsung di konsumsi oleh konsumen atau hanya bertahan 1 hari saja. Dan untuk jamu herbal sendiri masih merambah pasar medan dan Kabupaten padang Lawas sendiri dikarenakan pihak pemasaran dari usaha ini tidak ada.

Mengingat banyaknya jenis jamu herbal kemasan yang suda beredar di masyarakat dan lebih dulu dikenal oleh masyarakat luas menjadi salah satu penghambat perluasan pasar jamu herbal ini. Selain harganya yang hampir sama dan khasiatnya yang sama membuat orang susah untuk mempercayai produk baru meski di keluarkan di daerahnya sendiri.

**Gambar 4.14 Bahan jamu herbal / jamu gendong**



Sumber ; <http://bisnisukm.com>

**Gambar 4.15 Foto bersama pedagang jamu herbal**



Sumber : dokumentasi pribadi peneliti



### 3. Kesenian, Hiburan, Dan Rekreasi

#### a. Pemandian Alam Aek Milas

Aek Milas (Air Panas) Paringgonan berlokasi di Desa Paringgonan, Kecamatan Ulu Barumon, Kabupaten Padang Lawas. Lokasi air panas ini berada dipinggir/ kaki gunung dengan jarak 1 km dari jalan raya. Untuk menuju lokasi ini tidaklah sulit karena sudah ada jalan yang bagus. Disini terdapat dua buah kolam renang yang airnya berasal dari pegunungan dan terasa hangat dengan tingkat kepanasan dari air ini berkisar antara 50°C hingga 85°C. Sementara bagi pengunjung yang ingin berendam ala di bath up tidak terganggu oleh pengunjung lain, tersedia sejumlah kolam kecil dilantai atas. Untuk bisa menikmati fasilitas di pemandian aek milas ini, para pengunjung cukup membayar tiket masuk sebesar Rp 5000,- untuk anak – anak dan Rp 10.000,- untuk dewasa.

**Gambar 4.16 Kolam pemandian aek milas**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Selain kolam renang Pemandian Aek Milas atau sering disebut Pemandian Alwansa, di sekitarnya terdapat banyak pancuran air hangat yang masih alami. Yaitu berupa aliran air dari pegunungan melalui pipa-pipa besi. Pancuran tersebut biasanya digunakan warga sekitar untuk menunjang kegiatan sehari-hari seperti mandi, mencuci, dan lainnya. Bagi pengunjung dari daerah lain dapat juga menggunakan pancuran ini secara cuma-cuma.

Untuk pergi ke Pemandian alam Aek Milas memanglah tidak sulit karena jalan sudah bagus. Akan tetapi akses menuju kesana tidak ada seperti kendaraan umum. Kita tetap harus pergi dengan kendaraan pribadi. Dan dikarenakan pemandian alam aek milas ini tidak memenuhi beberapa kriteria komoditi unggulan maka pemandian aek milas ini tidak bisa dikatakan sebagai produk unggulan daerah Kabupaten Padang Lawas.

**Gambar 4.17 Pancuran alami pemandian alam Aek Milas**



Sumber : dokumentasi pribadi peneliti

#### **b. Pemandian Alam Aek Barumon Siraisan**

Aek Siraisan terletak di desa Siraisan Kecamatan Ulu Barumon, Kabupaten Padang Lawas. Aek Siraisan ini termasuk salah satu tempat wisata yang sering dikunjungi masyarakat dari berbagai daerah baik yang dari daerah Padang Lawas sendiri maupun yang dari luar Padang Lawas.

Salah satu alasan pengunjung mengunjungi tempat ini adalah karena airnya yang sangat jernih dan dikelilingi oleh pegunungan dan pemandangan sawah-sawah. Aek Siraisan ramai dikunjungi setiap akhir pekan dan sangat cocok untuk rekreasi di hari libur. Jika ingin berkunjung kesana sempatkan pula

untuk menelusuri pantainya ke hulu. Keindahan Pantai di bawah jembatan belum seberapa dibanding dengan keindahan pantai di hulu sungai ini, ditambah dengan taman alami berupa pohon-pohon kecil berbunga dan hijau dipinggir sungai dan sesekali juga pengunjung akan menemui fauna yang jarang atau belum pernah dilihat seperti rangkok, Sarudung/Imbo (sebutan dalam bahasa Mandailing) dan burung-burung kecil yang cantik.

Untuk mengunjungi tempat wisata yang satu ini sama sekali tidak dipungut biaya apapun hingga bisa dikatakan tidak dapat memberikan kontribusi dalam bentuk ekonomi untuk daerah. Selain itu, pemandian alam siraisan ini tidak dapat memenuhi kriteria produk unggulan daerah dan tidak bisa dinyatakan sebagai produk unggulan daerah Kabupaten Padang Lawas.

**Gambar 4.18 Pemandian Alam Siraisan**



Sumber : Foto tim Bappeda

### **c. Air Terjun Sipatabung**

Kabupaten Padang Lawas memiliki potensi objek wisata yang menjanjikan. Beberapa potensi wisata yang ada di Kabupaten Padang Lawas pada umumnya adalah potensi wisata alam. Dari sejumlah potensi wisata tersebut, salah satunya adalah terletak di Desa Pinarik, Kecamatan Batang Lubu Sutam, Kabupaten Padang Lawas. Air Terjun Sipatabung, begitu masyarakat

menyebut tempat tersebut.

Air terjun ini terletak di hulu sungai Batang Lubu Sutam yang berjarak sekitar dua kilometer dari permukiman warga. Akses menuju ke air terjun ini masih sangat susah. Untuk menuju Air Terjun Sipatabung belum ada akses jalan yang dibuka. Sehingga para pengunjung harus menyusuri aliran sungai dari hilir. Kondisi ini juga menjadikan para pengunjungnya menikmati pemandangan hutan alami yang mengelilingi.

Suguan hutan alami dipadu dengan airnya yang jernih membuat keberadaan air terjun Sipatabung pantas dijadikan sebagai tujuan wisata alam terbuka di daerah ini. Berbagai macam tantangan alam di lokasi air terjun ini cukup menjanjikan bagi pecinta adventure. Terlebih bagi mereka yang suka tantangan outdoor dan outbound. Waktu tempuh ke lokasi kurang lebih setengah jam ini akan membuat pengunjung terkagum dengan tebing-tebing yang menjulang tinggi. Serta bebatuan besar yang tersusun secara alami menambah semangat untuk menyusurnya.

Objek wisata air terjun sipatabung juga tidak memenuhi kriteria komoditi unggulan sehingga tidak dapat dimasukkan sebagai produk unggulan Kabupaten Padang Lawas.

**Gambar 4.19 Jalan menuju air terjun Sipatabung**



Sumber : Foto tim Bappeda

**Gambar 4.20 Air Terjun Sipatabung**



Sumber : Foto Tim Bappeda

#### **d. Candi Sijorang Balanga**

Candi Tandihat atau masyarakat sekitar sering menyebutnya sebagai candi Sijorang Balanga karena bentuknya seperti belanga yang digunakan untuk memasak. Candi ini terdapat di Desa Tandihat Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara. Candi Sijorang Balanga ini terdiri dari 3 candi besar yang sering disebut dengan Jorang Balanga I, Jorang Balanga II dan Jorang Balanga III. Candi Jorang Balanga I memiliki luas lahan kompleks  $\pm 3500 \text{ m}^2$  dan luas bangunannya  $36 \text{ m}^2$ . Jarak antara Jorang Balanga I dengan Jorang Balanga II berkisar  $750 \text{ m}$ . Di dalam kompleks Candi Tandihat I terdapat satu Candi Induk dan 3 Buah Candi Perwara. Candi Induk menghadap ke timur, berukuran  $11 \text{ m} \times 6 \text{ m}$  selain itu terdapat juga artefak-artefak yang beragam, antara lain Lapik Arca berbentuk bundar dengan hiasan Padma dan Gan dalam posisi jongkok serta kedua tangan menyanggah.

Ditemukan pula tokoh dengan posisi berbaring dan tangan kiri menyanggah kepala, diperkirakan ini adalah Visnu Anan Tasayin. Temuan lainnya adalah Lapik arca bersudut 12 dengan lubang bundar dibagian atasnya. Sedangkan pada candi Belanga II hanya terdiri dari Candi Induk berukuran  $8,5 \text{ meter} \times 6 \text{ meter}$  dan terdapat 2 buah Candi Perwara, dengan luas lahan seluruhnya  $2400 \text{ m}^2$  dan luas bangunan  $20 \text{ m}^2$ . Berbeda halnya dengan Candi Jorang Balanga III, candi ini merupakan candi dengan luas lahan terkecil

dibandingkan dengan yang lainnya yaitu dengan ukuran candi dengan luas 400 m<sup>2</sup> dan luas bangunan 38 m<sup>2</sup> dan ini berupa gundukan tanah yang ditumbuhi dengan rumput dan berada sangat dekat dengan Sungai Barumon.

Objek wisata candi sijorang balanga ini juga tidak memenuhi kriteria komoditi unggulan sehingga tidak bisa dijadikan sebagai produk unggulan Kabupaten Padang Lawas.

**Gambar 4.21 Candi Sijorang Balanga**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

#### **e. Candi Sipamutung**

Candi Sipamutung adalah sebuah candi yang berada di Desa Siparau Kecamatan Barumon Tengah, Kabupaten Padang Lawas dan merupakan bukti sejarah peradaban yang diperkirakan berdiri pada abad XI. Candi ini dikelilingi oleh sejumlah perbukitan rendah yang terletak di pinggir sungai Barumon yang memisahkan daratan Padang Lawas dan berjarak 40 Km dari ibukota Kabupaten Padang Lawas (persimpangan sungai Batang Pane dengan sungai Barumon).

Candi Sipamutung berdiri di atas areal dataran tinggi dengan lingkungan alam yang gersang. Candi ini memiliki luas lahan  $\pm 6000$  m<sup>2</sup> dan luas bangunan  $\pm 3480$  m<sup>2</sup>. Kompleks Candi Sipamutung dikelilingi oleh tembok bata yang berfungsi sebagai pagar, disisi timur terdapat gapura atau gerbang dengan



ukuran 74 x 74 m. Di dalamnya terdapat sebuah Candi Induk dan enam buah Perwara serta enam candi atau biara kecil. Terdapat juga artefak-artefak dilokasi ini antara lain Bhairawa-Bhairawa menggunakan batuan tufa.

Bentuk dan ukurannya terdiri dari sebuah biara induk menghadap ke timur dengan denah bujur sangkar berukuran 11 X 11 meter, tinggi 13 meter. terdiri dari bagian kaki, badan, dan atap. Sedangkan di kedua sisinya terdapat enam biara yang lebih kecil, pada bagian bawahnya tersusun 16 buah stupa yang lebih kecil. Lima buah Biara dari bata dan sebuah dari batu andesit. Biara-biara yang terbuat dari bata adalah Biara perwara di sebelah timur candi induk berbentuk mandapa berdenah segi empat berukuran 10,25 X 9,9 meter, tinggi 1,15 meter.

Untuk menuju kelokasi tersebut para pengunjung harus melewati jalan desa sepanjang 3 km, kemudian meniti jembatan gantung yang berada di atas Sungai Barumun. Luas komplek candi ini berjarak 250 meter dari pinggir aliran Sungai Barumun. Sejumlah masyarakat berpendapat bahwa lokasi tersebut merupakan titik awal dari asal-usul manusia zaman dahulu memasuki wilayah Padang Lawas dan sekitarnya, karena pada saat itu perjalanan hanya dapat dilalui melalui jalur laut dan sungai.

Candi sipamutung juga sama dengan candi sijorang balanga, yakni tidak memenuhi kriteria komoditi ungula, maka dari itu komoditi ini tidak dapat dijadikan sebagai produk unggulan Kabupaten Padang Lawas.

**Gambar 4.22 Candi Sipamutung / Candi Portibi**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

#### **f. Water Boom Dofa**

Wisata Water Boom Dofa berlokasi di Desa Tanjung, Kecamatan Ulu Barumon, sebagai salah satu tujuan utama wisata bagi anak-anak dan kalangan dewasa. Wahana yang disajikan cukup bervariasi. Wisata ini seringkali dijadikan sebagai sarana rekreasi hiburan yang nyaman dan menarik untuk kesenangan tak terbatas bagi mereka yang hendak berakhir pekan bersama keluarga.

Sebagai tempat rekreasi keluarga, Water Boom Dofa memiliki beberapa pilihan kolam renang untuk pengunjung. Bagi masyarakat yang telah mahir berenang disediakan kolam untuk menguji keahlian di kolam renang dewasa dengan kedalaman air 150 cm, remaja dengan kedalaman kolam air 125 cm, sedangkan untuk pengunjung yang datang bersama keluarga tercinta, tersedia kolam anak dengan kedalaman kolam air 70 cm serta dilengkapi dengan ember tumpah dan perosotan. Selain itu tersedia juga fasilitas tempat keluarga dan umum, mulai dari tempat karaoke, hiburan musik umum, kolam renang dengan luncuran air, mulai dari ketinggian dua meter hingga sekitar sepuluh meter,



mushollah (tempat ibadah) rumah makan, joglo (pemondokan) dan locker (tempat penyimpanan barang dan pakaian pengunjung), serta sejumlah fasilitas lainnya.

Untuk menikmati fasilitas tersebut pengunjung cukup membayar tiket masuk ke lokasi water boom ini, untuk anak-anak sebesar Rp. 20.000/orang dan dewasa sebesar Rp. 25.000/orang, dengan bonus the kotak sosro per tiketnya. Meskipun wahana air yang satu ini sangat disukai terutama kalangan anak-anak dan dapat menarik wisatawan lokal maupun luardaerah untuk datang mengunjungi wahana ini tetap saja tidak dapat memenuhi kriteria komoditi unggulan dan tidak layak disebut sebagai produk unggulan daerah.

**Gambar 4.23 Waterboom Dofa tampak depan**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 4.24 waterboom Dofa tampak dari dalam**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

#### **D. Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Padang Lawas**

##### **1. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. “SWOT” merupakan akronim dari kata-kata *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threat* (ancaman). Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman/tantangan perusahaan yang terjadi di lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan.

Mengembangkan daerah melalui potensi daerah yang dimiliki, khususnya melalui industri pengolahan akan meningkatkan perekonomian daerah dan mampu bersaing dengan daerah lainnya. Persaingan perekonomian dapat melalui keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif, sesuai dengan kompetensi dan produk unggulan di setiap daerah terutama pertanian dalam arti luas, kehutanan, pertambangan, serta industri kecil kerajinan rakyat. Oleh karena itu setiap daerah harus mampu memberdayakan potensi daerahnya misalnya seperti produk– produk unggulan yang dimilikinya. Produk merupakan olahan dari komoditas yang ada sehingga dapat memberikan nilai lebih dari komoditas aslinya.

Kabupaten Padang Lawas merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi untuk dikembangkan memiliki kerajinan hingga produk olahan makanan. Melalui pengembangan produk nantinya diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat. Pengembangan produk unggulan ini juga nantinya akan mampu mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi. Menurut (Taufik, 2000) hal ini sangat penting karena sektor tersebut dapat memberikan dua sumbangan yakni secara langsung menimbulkan kenaikan pada pendapatan faktor produksi daerah dan pendapatan daerah, dan menciptakan permintaan atas produksi industri lokal.

Rencana pengembangan pada hal ini akan berfokus pada komoditas unggulan industri penggilingan bubuk kopi dan industry kerajinan kain tenun Sipirok Baru karena hanya dua komoditi tersebut yang memenuhi kriteria komoditi unggulan. Untuk komoditas lainnya akan dikaji lebih jauh pada publikasi lanjutan. Pengembangan pada kedua komoditas unggulan tersebut perlu dilakukan karena komoditas tersebut sangat banyak digunakan oleh masyarakat. Selain itu dengan adanya rencana pengembangan pada komoditas tersebut. Diharapkan nantinya mampu menjadi nilai jual yang lebih tinggi dan mampu bersaing dengan produkproduk sejenis dengan daerah lain.

#### **a. Komoditas Unggulan Industri Penggilingan Kopi**

Bubuk kopi merupakan komoditas yang penting peranannya di Padang Lawas. Mengingat pada umumnya masyarakat lebih sering mengonsumsi minuman kopi dari pada jenis minuman lain. Bahkan secara umum masyarakat Padang Lawas belum mengonsumsi makanan lain sebelum minum kopi. Kegiatan minum kopi sering dilakukan sebelum berangkat beraktifitas dan sedang istirahat atau disebut dengan istilah “marlopo”.

Industri penggilingan bubuk kopi banyak tersebar di daerah Padang Lawas bahkan hampir setiap kecamatan memiliki penggilingan kopi. Misalnya

saja bubuk kopi yang diproduksi di Kecamatan Sosopan ini tepatnya di Desa Siundol Dolok (UD. DOLY). Industri penggilingan kopi ini menggunakan biji kopi rata-rata 5.000 Kg perbulan. Hasil yang diproduksi dari penggilingan kopi tersebut bukan hanya dikonsumsi masyarakat Padang Lawas bahkan sudah tersebar keluar daerah seperti Provinsi Riau.

Untuk melihat lebih jelas berikut gambar produksi bubuk kopi UD. DOLY yang diusahai oleh bapak Dongoran Sorimuda Hasibuan.

**Gambar 4.25**  
**Kayu bakar yang digunakan sebagai bahan bakar biji kopi**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 4.26 Tong tempat penyangraian kopi**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 4.27 Mesin penggilingan kopi**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 4.28 Proses pengemasan kopi**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Bila dilihat proses produksi mulai dari pembakaran sampai pengepakan hampir seluruhnya menggunakan metode tradisional. Hal ini perlu menjadi perhatian khusus untuk dikembangkan kedepannya. Rencana pengembangan produk unggulan bubuk kopi akan menjadi prioritas pemerintah Kabupaten Padang Lawas. Sehingga dengan rencana pengembangan produk unggulan bubuk kopi ini mampu menjadi produk daya saing yang bertaraf nasional bahkan internasional.

## 1) Analisis Lingkungan Internal

### a) Kekuatan (*strength*)

- 1) Cita rasa yang khas
- 2) Mengutamakan kualitas produk demi loyalitas konsumen
- 3) Ukuran yang bervariasi agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen
- 4) Bahan baku yang mudah didapat
- 5) Harga terjangkau
- 6) Sudah lulus uji kesehatan dari Dinkes setempat
- 7) Ketersediaan tenaga kerja yang terampil

### b) Kelemahan (*weakness*)

- 1) Lokasi produksi yang lumayan jauh dari pusat kota
- 2) Packaging kurang kreatif
- 3) Peralatan yang masih tradisional
- 4) belum ada promosi
- 5) pemasaran masih sangat sederhana

## 2) Analisis Eksternal

### a) Peluang (*opportunities*)

- 1) menjadi pilihan utama bagi penikmat kopi terutama yang berada di sekitaran wilayah industry
- 2) rasa penasaran bagi yang belum tahu karna meski tempatnya lumayan jauh tapi tetap dicari orang)
- 3) memperluas usaha dengan buka cabang
- 4) kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintah setempat
- 5) minat masyarakat semakin tinggi
- 6) kesadaran konsumen terhadap kesensitifan harga dan kualitas

**b) Ancaman (*threats*)**

- 1) banyaknya pesaing
- 2) perubahan selera konsumen

**3) Analisis SWOT pada Usaha Bubuk Kopi**

Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal, diketahui hasil dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sebagaimana tertera pada tabel berikut:

**Tabel 4.4 Analisis SWOT pada usaha Bubuk Kopi**

<p><b>1. Kekuatan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Cita rasa yang khas</li> <li>b. Mengutamakan kualitas produk demi loyalitas konsumen</li> <li>c. Ukuran yang bervariasi agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen</li> <li>d. Bahan baku yang mudah didapat</li> <li>e. Harga terjangkau</li> <li>f. Sudah lulus uji kesehatan dari Dinkes setempat</li> <li>g. Ketersediaan tenaga kerja yang terampil</li> </ol>	<p><b>2. Kelemahan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Lokasi produksi yang cukup jauh dari pusat kota</li> <li>b. Packaging kurang kreatif</li> <li>c. Peralatan masih tradisional</li> <li>d. Pemasaran masih sangat sederhana</li> </ol>
<p><b>3. Peluang</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. menjadi pilihan utama bagi penikmat kopi terutama yang berada di sekitaran wilayah industri</li> <li>b. rasa penasaran bagi yang belum tahu karena meski tempatnya lumayan jauh</li> </ol>	<p><b>4. Ancaman</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. banyaknya pesaing</li> <li>b. perubahan selera konsumen</li> </ol>

tapi tetap dicari orang)	
c. memperluas usaha dengan buka cabang	
d. kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintah setempat	
e. minat masyarakat semakin tinggi	
f. kesadaran konsumen terhadap kesensitifan harga dan kualitas	

#### 4) Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah semua kekuatan, dan kelemahan diketahui akan dilakukan analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dengan memberikan penilaian dan rating sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Matriks IFAS**

No	Internal faktor	Bobot	Rating	Skor
<b><i>Kekuatan (strength)</i></b>				
1	Cita rasa yang khas	0,099	4	0,396
2	Mengutamakan kualitas produk demi loyalitas konsumen	0,099	4	0,396
3	Ukuran yang bervariasi agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen	0,089	3,6	0,32
4	Bahan baku yang mudah didapat	0,091	3,66	0,33
5	Harga terjangkau	0,099	4	0,396
6	Sudah lulus uji kesehatan dari Dinkes setempat	0,070	2,83	0,19
7	Ketersediaan tenaga kerja yang terampil	0,091	3,66	0,33
<b>Subtotal</b>				2,358
<b><i>Kelemahan (weakness)</i></b>				
1	Lokasi produksi yang cukup jauh dari pusat kota	0,099	4	0,396



2	Packaging kurang kreatif	0,066	2,66	0,17
3	Peralatan masih tradisional	0,095	3,83	0,36
4	Pemasaran masih sangat sederhana	0,099	4	0,396
<b>Subtotal</b>				1,322
<b>Total</b>				3,68

Dari hasil analisis pada tabel matriks IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan mencapai skor 3,68. Karena total skor hamper mencapai 4,0 yang berarti industry ini memiliki poin-poin kekuatan yang sangat penting. Hal ini mengindikasikan kekuatan produk dapat mengendalikan kelemahan yang ada.

##### 5) Matrik EFAS (*eksternal factor Analysis Summary*)

Setelah semua peluang dan ancaman diketahui akan dilakukan analisis EFAS (*eksternal factor Analysis Summary*) dengan memberikan penilaian dan rating sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Matriks EFAS**

No	Eksternal faktor	Bobot	Rating	Skor
<b><i>Peluang (opportunities)</i></b>				
1	menjadi pilihan utama bagi penikmat kopi terutama yang berada di sekitaran wilayah industry	0,116	3,5	0,406
2	rasa penasaran bagi yang belum tahu karna meski tempatnya lumayan jauh tapi tetap dicari orang)	0,127	3,833	0,486
3	memperluas usaha dengan buka cabang	0,133	4	0,532
4	kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintah setempat	0,133	4	0,532
5	minat masyaraat semakin tinggi	0,116	3,5	0,406
6	kesadaran konsumen terhadap kesensitifan harga dan kualitas	0,127	3,833	0,486
<b>Subtotal</b>				2,848

<i><b>Kelemahan (weakness)</b></i>				
1	banyaknya pesaing	0,133	4	0,532
2	perubahan selera konsumen	0,111	3,33	0,36
<b>Subtotal</b>				0,892
<b>Total</b>				3,74

Dari hasil analisis pada tabel matriks EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,74. Karena total skor mendekati 4,0 maka mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan sangat luar biasa dan dapat menghindari ancaman-ancaman di pasar industry.

<b>IFAS / EFAS</b>	<b>STRENGTH</b>	<b>WEAKNESS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Cita rasa yang khas</li> <li>b. Mengutamakan kualitas produk demi loyalitas konsumen</li> <li>c. Ukuran yang bervariasi agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen</li> <li>d. Bahan baku yang mudah didapat</li> <li>e. Harga terjangkau</li> <li>f. Sudah lulus uji kesehatan dari Dinkes setempat</li> <li>g. Ketersediaan tenaga kerja yang terampil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Lokasi produksi yang cukup jauh dari pusat kota</li> <li>b. Packaging kurang kreatif</li> <li>c. Peralatan masih tradisional</li> <li>d. Pemasaran masih sangat sederhana</li> </ul>
<b>OPPORTUNITY</b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. menjadi pilihan utama bagi penikmat kopi terutama yang berada di sekitaran wilayah industry</li> <li>b. rasa penasaran bagi yang belum tahu karna meski tempatnya lumayan jauh tapi tetap dicari orang)</li> <li>c. memperluas usaha dengan buka cabang</li> <li>d. kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintah setempat</li> <li>e. minat masyarakat semakin tinggi</li> <li>f. kesadaran konsumen terhadap kesensitifan harga dan kualitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. mempertahankan kekhasan cita rasa serta kualitas produk</li> <li>b. meningkatkan kemitraan dengan pemerintah</li> <li>c. memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. melakukan promosi dan pemasaran melalui perkembangan teknologi (internet)</li> <li>b. bekerjasama / berlangganan dengan pihak ekspedisi dalam rangka pengiriman barang untuk tempat-tempat yang jauh</li> <li>c. membuat kemasan agar terlihat menarik</li> </ul>
<b>TREATH</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. banyaknya pesaing</li> <li>b. perubahan selera konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. tetap mempertahankan kekhasan dan melakukan peningkatan kualitas produk</li> <li>b. selalu melakukan inovasi agar sesuai dengan selera konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. melakukan promosi baik melalui media cetak ataupun elektronik serta selalu mengikuti kegiatan pameran agar produk semakin dikenal masyarakat luas</li> <li>b. membuka gerai kopi tanpa pak secara langsung di lingkungan pasar</li> </ul>

**b. Komoditas Unggulan Industri Kain Tenun (Sipirok Baru)**

Kain tenun Sipirok baru diharapkan dapat berperan penting di daerah Padang Lawas. Setiap acara baik besar maupun kecil masyarakat pada umumnya menggunakan kain hasil tenunan ini. Secara umum masyarakat Padang Lawas memiliki kain ulos untuk kepentingan acara adat atau hanya sekedar untuk disimpan. Melihat kebutuhan masyarakat akan komoditi ini pemerintah Padang Lawas merasa perlu untuk dikembangkan. Bahkan kedepan pemerintah berencana akan menjadikannya komoditi produk unggulan Kabupaten Padang Lawas.

Mengingat komoditi kain tenun merupakan kerajinan yang bersifat khas dan menjadi kebutuhan wajib pada masyarakat dalam acara-acara adat. Maka rencana pengembangan produk unggulan komoditi kain tenun menjadi target utama disektor industri pengolahan komoditi kerajinan. Disamping itu industri kerajinan kain tenun masih relatif sedikit di Padang Lawas. Berikut gambar industri kerajinan kain tenun yang ada di Desa Sipirok Baru Kecamatan Huristak.

**Gambar 4.29 Benang sebagai bahan baku yang digunakan**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 4.30 Proses Pemasangan Benang Pada Alat Tenun**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 4.31 Proses Penenunan Kain**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 4.32 Hasil Produksi Tenunan**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

## 1) Analisis lingkungan internal

### a) Kekuatan (*strength*)

- 1) Memiliki motif khas Padang Lawas
- 2) Harga yang relative murah
- 3) Bahan baku yang mudah didapat
- 4) Ketersediaan tenaga kerja yang terampil
- 5) Proses pembuatan yang tidak lama
- 6) Tidak ada pesaing

### b) Kelemahan (*weakness*)

- 1) Lokasi industry yang cukup jauh dari pusat kota
- 2) Tenaga kerja kurang banyak
- 3) Promosi belum optimal
- 4) Pemasaran masih sangat sederhana

## 2) Analisis Lingkungan Eksternal

### a) Peluang (*opportunities*)

- 1) Menjadi pilihan utama bagi konsumen yang menyukai kain tenun
- 2) Menjadi seragam wajib bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada hari jumat dan hari tertentu karena sudah menjadi peraturan Bupati Kabupaten Padang Lawas
- 3) Memperluas usaha dengan membuka cabang didekat pusat kota
- 4) Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintah setempat
- 5) Rasa ketertarikan konsumen terhadap hasil tenun yang berkualitas dengan harga yang terjangkau

### b) Ancaman (*threats*)

- 1) Perubahan selera konsumen dikarenakan lokasi industry yang lumayan jauh dan akses kendaraan umum yang tidak ada.

### 3) Analisis SWOT pada usaha tenun (Paroppa Sadun)

Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal, diketahui hasil dari kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Sebagaimana tertera pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Analisis SWOT pada usaha tenun**

<p style="text-align: center;"><b>1. Kekuatan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memiliki motif khas Padang Lawas</li> <li>b. Harga yang relative murah</li> <li>c. Bahan baku yang mudah didapat</li> <li>d. Ketersediaan tenaga kerja yang terampil</li> <li>e. Proses pembuatan yang tidak lama</li> <li>f. Tidak ada pesaing</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>2. Kelemahan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Lokasi industry yang cukup jauh dari pusat kota</li> <li>b. Tenga kerja kurang banyak</li> <li>c. Promosi belum optimal</li> <li>d. Pemasaran masih sangat sederhana</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>3. Peluang</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menjadi pilihan utama bagi konsumen yang menyukai kain tenun</li> <li>b. Menjadi seragam wajib bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada hari jumat dan hari tertentu karena sudah menjadi peraturan Bupati Kabupaten Padang Lawas</li> <li>c. Memperluas usaha dengan membuka cabang didekat pusat kota</li> <li>d. Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintah setempat</li> <li>e. Rasa ketertarikan konsumen terhadap hasil tenun yang berkualitas dengan harga yang terjangkau</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>4. Ancaman</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perubahan selera konsumen dikarenakan lokasi industry yang lumayan jauh dan akses kendaraan umum yang tidak ada.</li> </ul>

#### 4) Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

setelah semua kekuatan dan kelemahan diketahui akan dilakukan analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dengan memberikan penilaian dan rating sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Matriks IFAS**

No	Internal Faktor	Bobot	Rating	Skor
<b><i>Kekuatan (strength)</i></b>				
1	Memiliki motif khas Padang Lawas	0,11	4	0,44
2	Harga yang relative murah	0,096	3,5	0,336
3	Bahan baku yang mudah didapat	0,096	3,5	0,336
4	Ketersediaan tenaga kerja yang terampil	0,091	3,33	0,303
5	Proses pembuatan yang tidak lama	0,10	3,66	0,366
6	Tidak ada pesaing	0,11	4	0,44
<b>Subtotal</b>				2,221
<b><i>Kelemahan (weakness)</i></b>				
1	Lokasi industry yang cukup jauh dari pusat kota	0,11	4	0,44
2	Tenga kerja kurang banyak	0,11	4	0,44
3	Promosi belum optimal	0,10	3,66	0,366
4	Pemasaran masih sangat sederhana	0,073	2,66	0,194
<b>Subtotal</b>				1,44
<b>Total</b>				3,661

Dari hasil analisis pada tabel matriks IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,661. Karena total skor hampir mencapai 4.0 berarti mengindikasikan posisi internal perusahaan yang kuat. Kekuatan yang dimiliki perusahaan masuk dalam kategori sangat penting yang berarti perusahaan bisa memperkecil keleahan dengan kekuatan yang ada.



### 5) Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

setelah semua peluang dan ancaman diketahui akan dilakukan analisis EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) dengan memberikan penilaian dan rating sebagai berikut:

**tabel 4.9 Matriks EFAS**

No	Eksternal Faktor	Bobot	Rating	Skor
<b><i>Peluang (Opportunities)</i></b>				
1	Menjadi pilihan utama bagi konsumen yang menyukai kain tenun	0,174	4	0,696
2	Menjadi seragam wajib bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada hari jumat dan hari tertentu karena sudah menjadi peraturan Bupati Kabupaten Padang Lawas	0,164	3,76	0,616
3	Memperluas usaha dengan membuka cabang didekat pusat kota	0,167	3,83	0,639
4	Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintah setempat	0,174	4	0,696
5	Rasa ketertarikan konsumen terhadap hasil tenun yang berkualitas dengan harga yang terjangkau	0,145	3,33	0,482
<b>Subtotal</b>				3,129
<b><i>Ancaman (threats )</i></b>				
1	Perubahan selera konsumen dikarenakan lokasi industry yang lumayan jauh dan akses kendaraan umum yang tidak ada.	0,174	4	0,696
<b>Subtotal</b>				0,696
<b>Total</b>				3,825

Dari hasil analisis tabel matriks EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,82. Karena total skor mendekati 4,0 berarti ini mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang dengan sangat baik dan menghindari ancaman-acaman

dipasar industry. Peluang yang dimiliki perusahaan masuk dalam kategori sangat penting yang berarti dapat menghindari ancaman yang akan datang nantinya.

<b>IFAS / EFAS</b>	<b>STRENGTH</b>	<b>WEAKNESS</b>
	a. Memiliki motif khas Padang Lawas b. Harga yang relative murah c. Bahan baku yang mudah didapat d. Ketersediaan tenaga kerja yang terampil e. Proses pembuatan yang tidak lama f. Tidak ada pesaing	a. Lokasi industry yang cukup jauh dari pusat kota b. Tenga kerja kurang banyak c. Promosi belum optimal d. Pemasaran masih sangat sederhana
<b>OPPORTUNITY</b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
a. Menjadi pilihan utama bagi konsumen yang menyukai kain tenun b. Menjadi seragam wajib bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada hari jumat dan hari tertentu karena sudah menjadi peraturan Bupati Kabupaten Padang Lawas c. Memperluas usaha dengan membuka cabang didekat pusat kota d. Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintah setempat e. Rasa ketertarikan konsumen terhadap hasil tenun yang berkualitas dengan harga yang terjangkau	a. Mempertahankan kekhasan dan kualitas produk b. Meningkatkan kerja sama dengan pemerintah. c. Memperluas jaringan pemasaran melalui internet	a. Menambah karyawan agar bisa memproduksi lebih banyak produk b. Membuka cabang dekat dengan pusat kota agar lebih mudah dikunjungi konsumen c. Bekerjasama dengan pihak ekspedisi dalam rangka pengiriman produk di tempat jauh
<b>TREATH</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
a. Perubahan selera konsumen dikarenakan lokasi industry yang lumayan jauh dan akses kendaraan umum yang tidak ada.	a. Selalu melakukan inovasi agar produk yang dihasilkan sesuai dengan perkembangan dan selera konsumen	a. Melakukan promosi dan pemasaran melalui media cetak atau media teknologi.

## 6) Analisa Penulis

Setelah dilakukan penelitian dengan cara mewawancarai pemilik usaha penggilingan bubuk kopi dan tenun (paroppa sadun), diketahui hasil dari beberapa analisis SWOT bahwa untuk jenis usaha penggilingan bubuk kopi memiliki tujuh kekuatan (strength), empat kelemahan (weakness), enam peluang (opportunity) dan 2 ancaman (treath). Dan setelah dimasukkan tabel IFAS diketahui bahwa posisi internal perusahaan kuat dan setelah dimasukkan pada tabel EFAS diketahui juga bahwa perusahaan merespon peluang dengan sangat baik dan dapat menghindari ancaman di pasar industry.

Untuk usaha tenun (paroppa sadun) memiliki enam kekuatan (strength), empat kelemahan (weakness), lima peluang (opportunity) dan satu ancaman (treath). Setelah dimasukkan ke dalam tabel IFAS diketahui bahwa posisi internal perusahaan sangat kuat hingga bisa menutupi kelemahan yang ada. Dan juga setelah dimasukkan ke dalam tabel EFAS diketahui juga bahwa perusahaan dapat menyerap peluang dengan baik hingga siap untuk melewati semua ancaman yang akan datang.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha penggilingan bubuk kopi dan pemilik usaha tenun (paroppa sadun), mereka memiliki harapan untuk kedepannya agar tetap mempertahankan kekhasan dan kualitas produk dan juga melakukan promosi baik melalui media sosial atau media cetak. Perusahaan juga harus melakukan perluasan pasar melalui media apapun seperti ikut dalam acara pameran atau acara-acara lain agar produk semakin dikenal masyarakat luas. Perusahaan juga harus memberikan produk dengan bahan baku yang berkualitas dan harus melakukan inovasi terus-menerus mengikuti trend dan selera konsumen.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Cara menentukan potensi produk unggulan yang akan ditetapkan sebagai produk unggulan di Kabupaten Padang Lawas adalah dengan cara menganalisis potensi yang manakah yang memenuhi persyaratan untuk menjadi produk unggulan sesuai dengan keputusan Direktorat Jenderal Pembangunan Daerah Depdagri Nomor 050.05/2910/III/BANDA tanggal 7 Desember 1999 dan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014 diantaranya dapat menyerap tenaga kerja terampil, memberikan sumbangan perekonomian, dapat diperbaharui ataupun diolah, mengandung unsur sosial budaya, mampu terserap pada pasar lokal bahkan global, bahan baku mudah didapat, harga yang terjangkau. semua unsur tersebut sudah terkandung pada produk bubuk kopi dan tenun (paroppa sadun). Maka dari itu bubuk kopi dan tenun (paroppa sadun) layak dijadikan sebagai produk unggulan di Kabupaten Padang Lawas.
2. Strategi pengembangan produk unggulan agar dapat mensejahterakan perekonomian di Kabupaten Padang Lawas yaitu dengan menggunakan analisis SWOT yakni dengan mempergunakan strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. hasil dari pada analisis tersebut yaitu mempertahankan citarasa dan kekhasan serta kualitas produk, meningkatkan kemitraan dengan pemerintah maupun pihak ekspedisi, melakukan promosi serta perluasan pemasaran baik melalui media cetak ataupun elektronik, membuat kemasan agar terlihat menarik, dan selalu melakukan inovasi agar sesuai dengan trend dan selera konsumen.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Pemerintah memberikan solusi tentang permasalahan yang dihadapi pelaku usaha produk unggulan daerah dan mampu sebagai fasilitator dan motivator hubungan antara pelaku-pelaku usaha produk unggulan, serta memberikan sarana dan prasarana untuk pelaku usaha produk unggulan daerah dalam pembentukan asosiasi produk unggulan berdasarkan komoditi seperti halnya perkumpulan usaha bubuk kopi, dan perkumpulan usaha Kain Tenun Sipirok Baru.
2. Pemerintah harus mampu membuat produk unggulan daerah yang memiliki ciri khas tersendiri bahkan menjadikanya sebagai buah tangan yang berkualitas bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Padang Lawas.
3. Pelaku usaha produk unggulan daerah mempersiapkan kebutuhan yang diperlukan agar pemerintah dan investor lebih mudah dalam memberikan pelayanan terutama dalam hal akses permodalan dan keperluan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Lubis,AY. *Pengembangan Usaha*, repository.usu.ac.id
- Suandy, Erly. *Perencanaan Pajak* Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat, 2008
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- jurnal berjudul Strategi Pengembangan Wilayah Berbasis Agribisnis bahan kajian 2011
- Yolamalinda, juni 2014 “*jurnal Analisis Potensi Ekonomi Daerah Dalam Pengembangan Komoditi Unggulan Kabupaten Agam*, Vol.3, no.2, diakses 20 Desember 2018
- Suyanto M, *marketing strategy Top Brand Indonesia*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007
- Rachmat, Manajemen..., hlm. 30-32
- Rangkuti, *analisis SWOT Teknik Membeda Kasus Bisnis* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama), 1997
- Jayanti, Nani. “*Analisis Produk Unggulan Tanaman Pangan di Prov Riau*”, (Fakultas Ekonomi UNRI Riau, 2015)
- Sakinah, Nur. “*Strategi Pengembangan Industri Kuliner Kreatif Berbasis IT Dengan Metode Analisis SWOT*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Medan, 2015)
- Septika, Radita Agnis. “*Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Produk Unggulan di Kabupaten Magetan*”, (Skripsi, Fakutlas Agribisnis Universitas Sebelas Maret, 2014)
- Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,ed.3 cet. 3, Jakarta: Balai Pustaka 2005

**Sumber Lain:**

Peraturan Direktorat Jenderal Pembangunan Daerah Depdagri Nomor  
050.05/2910/III/BANDA, 1999

Wawancara dengan pemilik UMKM Kerajinan Rotan, 13 Desember 2018, pukul  
14.30

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002

Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 9 Tahun 2014

<http://www.pelajaran.co.id/2017/02/pengertian-strategi-menurut-pendapat-para-ahli-terlengkap.html>

Identifikasi Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Tahun 2015  
Kabupaten Padang Lawas

<https://www.indonesiastudents.com/pengertian-potensi-menurut-para-ahli/>

dongoran, Sorimuda, Pemilik usaha penggilingan bubuk kopi Siundol UD. Doly,  
wawancara di Sibuhuan, tanggal 24 Desember 2018

Darmawati, pemilik usaha tenun Citra Palas, wawancara di Huristak Barumun  
Selatan, tanggal 27 Desember 2018

Nasruddin harahap, pemilik usaha UMKM kerajinan rotan, wawancara di desa  
Hasahatan Jae, Padang Lawas, tanggal 13 Desember 2018, pukul 14.30